

Федеральное государственное автономное

образовательное учреждение

высшего образования

«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики управления и природопользования

кафедра финансов

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ И.С. Ферова

подпись

« _____ » _____ 2016 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**ДОСТУПНОСТЬ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ
ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ**

направление 38.04.08 «Финансы и кредит»

код и наименование направления

магистерская программа 38.04.08.01 «Финансовые рынки»

код и наименование магистерской программы

Научный руководитель _____ д.э.н., профессор _____ Г.Ф.Каячев

Выпускник _____ О.В.Юнюшкина

Красноярск 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Теоретические основы формирования финансовых услуг в современной России.....	11
1.1.Сущность финансовых услуг, их виды.....	11
1.2.Доступность финансовых услуг.....	13
1.3.Тенденции и особенности развития финансовых услуг: российский опыт.....	20
2. Обоснование необходимости развития финансовой грамотности населения.....	27
2.1.Финансовая грамотность: сущность, современные подходы к определению.....	27
2.2.Оценка уровня финансовой грамотности (какие существуют подходы к оценке?).....	29
2.3.Влияние доступности финансовых услуг на развитие уровня финансовой грамотности населения.....	31
3. Разработка программы повышения уровня финансовой грамотности населения в современных условиях доступности финансовых услуг.....	33
3.1.Опыт создания и реализации программ повышения финансовой грамотности, сравнительный анализ.....	33
3.2.Научно-методические основы формирования программы повышения финансовой грамотности населения.....	48
3.3.Проект программных мероприятий по повышению уровня финансовой грамотности населения Красноярского края.....	54
Заключение.....	64
Список использованных источников.....	65

Введение.

В последнее десятилетие во многих развитых и развивающихся странах мира все большее внимание уделяется проблематике повышения финансовой грамотности населения. Процесс повышения финансовой грамотности населения, который начался в различных странах в форме отдельных инициатив общественных и частных организаций, направленных на оказание помощи гражданам в управлении личными финансами и информировании о тех или иных финансовых продуктах и услугах, постепенно развился до уровня национальных программ и стратегий, а также наднациональных инициатив ЕС, Всемирного банка, ОЭСР и других международных организаций.

Ускоренное развитие процесса повышения финансовой грамотности населения является вполне закономерным, поскольку надлежащий уровень финансовой грамотности способствует повышению уровня жизни граждан, развитию экономики и повышению общественного благосостояния. Финансовое образование необходимо всем категориям граждан. Детям оно дает представление о ценности денег, закладывает фундамент для дальнейшего развития навыков планирования бюджета и сбережений. Молодежи финансовое образование может помочь в решении проблемы финансирования образования или решения жилищной проблемы через финансовое планирование, привлечение и эффективное управление кредитными ресурсами. Финансовая грамотность необходима взрослым гражданам для управления личными финансами, оптимизации соотношения сбережения - потребление, оценки рисков и принятия разумных решений при инвестировании сбережений, при пользовании различными финансовыми продуктами и услугами, и, конечно, для планирования пенсионного обеспечения. Грамотный потребитель финансовых услуг лучше защищен от мошеннических действий в области финансов. Финансовая грамотность населения способствует притоку средств граждан в экономику страны, развитию конкуренции на финансовых рынках и укреплению финансовой стабильности.

Существенно усложнившаяся в последнее время финансовая система, ускорение процесса глобализации и появление широкого спектра новых сложных финансовых продуктов и услуг ставят перед людьми весьма сложные

задачи, к решению которых они оказываются неподготовленными. Как следствие отсутствия у граждан финансовых знаний, навыков планирования бюджета домохозяйств и принятия взвешенных решений по использованию финансовых продуктов и услуг, на фоне агрессивного предложения и рекламы таких продуктов и услуг со стороны коммерческих структур, в обществе идет накопление значительных диспропорций и рисков, способных перерасти в проблемы национального масштаба.

Особую актуальность вопросы повышения финансовой грамотности имеют для Российской Федерации. В силу особенностей исторического развития страны большинство населения России не только имеет слабое представление о принципах функционирования финансовых рынков и возможностях инвестирования на них, но и испытывает колоссальное недоверие к институтам финансовых рынков.

На уровне стратегии развития страны повышение финансовой грамотности населения уже рассматривается как важнейший фактор развития. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года повышение финансовой грамотности названо среди основных направлений формирования инвестиционного ресурса. Стратегия развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года и Концепция создания международного финансового центра в Российской Федерации рассматривают вопросы повышения финансовой грамотности населения в качестве важного фактора развития финансового рынка в России, повышения стабильности финансовой системы и повышения общей конкурентоспособности российской экономики.

Финансовая грамотность населения Российской Федерации находится на неудовлетворительно низком уровне, что является одной из причин отсутствия в России класса долгосрочных инвесторов, влечет за собой проблемы финансовой безопасности граждан России, угрозы для стабильности финансовой системы, и, в конечном счете, отрицательно сказывается на темпах роста благосостояния населения России. Более 70 лет развития страны в рамках социалистической экономической модели и идеологии практически стерли у большинства граждан России какое-либо представление о даже относительно

простых финансовых продуктах и услугах. Переход страны к рыночной экономике застал большинство россиян совершенно неподготовленными к современным концепциям финансовых рынков и не способными принимать правильные финансовые решения. Ситуацию усугубили денежные реформы, проведенные государством в начале 90-х годов двадцатого века, многочисленные финансовые пирамиды и финансовый кризис августа 1998 года. 17 лет развития рыночной экономики в России, не привели к радикальному повышению уровня практической финансовой грамотности населения. Финансовые знания и умения распространены крайне неравномерно. При этом типичные пробелы в области финансового образования, характерные для развитых стран, находят свое отражение и в России.

Как свидетельствуют данные ряда исследований, посвященных оценкам финансовой грамотности населения, уровень информационной асимметрии между потребителями финансовых продуктов и услуг и их поставщиками является очень высоким. Даже сравнительно простые финансовые продукты могут оказаться сложными для граждан, у которых отсутствуют элементарные основы финансовой грамотности. Характерной особенностью, выявленной в ходе исследований, является наличие двух крайностей в восприятии гражданами уровня своей финансовой грамотности. Существует категория граждан, представители которой полагают финансовые понятия весьма сложными для понимания и считают уровень своей финансовой подготовки недостаточным, в то время как граждане другой категории зачастую переоценивают свое понимание финансовых вопросов, не осознают степень своей неосведомленности. В результате граждане и той и другой категории принимают необоснованные финансовые решения, или становятся жертвой финансовых злоупотреблений и мошеннических схем.

Одной из существенных проблем, связанных с недостатком образования и навыков в области финансов, является отсутствие планирования личного или семейного бюджета. Большая часть граждан не осуществляет сбережений на случай непредвиденного снижения уровня дохода или возникновения непредвиденных расходов, несмотря на то, что такие ситуации вероятны даже в

благоприятные периоды экономического развития страны. В результате, значительное количество граждан может столкнуться и сталкивается с финансовыми трудностями даже в случае возникновения незначительных проблем. Налицо отсутствие какого-либо финансового планирования, что создает условия, при которых даже небольшое увеличение инфляции или рост уровня безработицы, а часто и простое изменение жизненных обстоятельств граждан может поставить их перед финансовыми трудностями. По оценкам Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), более половины населения (56%) не ведет учета своих доходов и расходов, а более 73% граждан России не имеет никаких сбережений.

Несмотря на активную экспансию потребительского кредита, доля россиян, воспользовавшихся за последние два-три года какими-либо кредитами, по данным социологических исследований, на сегодняшний день составляет только 37%. По оценкам Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) 62% населения никогда не пользовались кредитами.

Дополнительный риск, связанный с невысоким уровнем финансовой грамотности, заключается в том, что физические лица, взявшие кредиты, в силу своей финансовой неграмотности могут оказаться не в состоянии отдать кредит. Как показывают социологические исследования ФОМ, даже среди тех граждан, которые воспользовались кредитом, уровень практической финансовой грамотности также остается невысоким. Большинство информацию о кредите получили прямо на месте покупки товара и принимали решение ситуативно, не только не сравнивая условия получения кредита с другими кредитными продуктами, но и не анализируя последствия принятия дополнительных долговых обязательств для семейного бюджета. В такой ситуации неудивительным является тот факт, что более 15% взявших кредит заемщиков - физических лиц считает, что невозврат банковского кредита не является преступлением. Еще хуже дело обстоит в отношении страховых компаний, обман которых не считают преступлением более 28% респондентов.

Для домохозяйств складывается опасная ситуация, которая заключается в формировании, своего рода, «финансовой ловушки». В рекламе люди много слышат о кредитах, ипотеке, депозитах, акциях и других финансовых

инструментах. Люди видят, что потребительскими кредитами, ипотекой пользуются соседи, знакомые, «жизнь в кредит» превращается в «обычную практику». Все это создает «ощущение компетентности», снижает психологический порог входа на финансовый рынок для миллионов домохозяйств, создает видимую легкость принятия решений и условия для массовых финансовых ошибок. Поток информации в СМИ в условиях разворачивающегося глобального финансового кризиса усугубил данную ситуацию. Социологические опросы показали, что в условиях финансового кризиса возросла субъективная оценка россиянами уровня собственной финансовой грамотности, при отсутствии роста объективного показателя финансовой грамотности. У граждан России почти не происходит «естественного накопления рыночного опыта». Красноречивый парадокс: несмотря на фиксируемый социологическими опросами низкий уровень доверия граждан к финансовым институтам (последствия 1998 года, опыта МММ и т.д.) люди легко становятся жертвами финансовых пирамид. По данным ФСФР России, только в 2008 году на территории РФ выявлено около 50 компаний, имеющих в своей деятельности признаки финансовых пирамид. При этом, по данным социологических опросов, распознать признаки финансовой пирамиды способны менее трети россиян.

В России так и не создана массовая культура ответственных инвестиционных решений. Есть низовой запрос широких кругов населения на практические финансовые знания, но та информация, которая транслируется «сверху», малоэффективна, непонятна, не превращается в практический навык.

Очень непростая ситуация складывается с информированностью граждан России о пенсионной реформе и планированием пенсионных сбережений. По данным НАФИ, примерно две трети россиян в трудоспособном возрасте считают, что размер государственной пенсии в будущем будет недостаточным, однако 41% граждан не рассчитывают по достижении пенсионного возраста привлекать дополнительные источники доходов кроме государственной пенсии или затрудняются в оценке своей возможности иметь таковые. Многочисленные социологические исследования показывают: суть пенсионной реформы непонятна гражданам, для широких слоев населения

вопрос пенсионного обеспечения, особенно, в перспективе, кажется непрозрачным и непонятным. Существующая отчетность Пенсионного фонда России перед застрахованными лицами в системе обязательного пенсионного обеспечения абсолютно непонятна большинству граждан России и вызывает раздражение вне зависимости от количества денег на их индивидуальных лицевых счетах.

Населению не предъявлена перспектива: что дальше будет с пенсиями? В отношении перспектив пенсионной системы требуется сформулировать четкую стратегию и начать проведение широкой разъяснительной работы. Пенсионеры – наиболее активная часть избирателей, непрозрачность судьбы пенсионной системы может превратиться в политический фактор.

В последнее время в связи с нарастанием в Российской Федерации проблем, связанных с глобальным финансовым кризисом, ситуация существенно обострилась. Предшествовавший кризису бум потребительского кредитования, появление в стране в результате «народных» IPO относительного широкого класса частных инвесторов, вложения которых существенно обесценились, очередная мягкая девальвация национальной валюты и сокращение международных резервов РФ, непонятная для большинства населения пенсионная реформа обуславливают необходимость принятия на государственном уровне мер немедленного и долгосрочного реагирования, направленных на радикальное изменение ситуации в области финансовой грамотности населения. Вопросы, связанные с радикальным изменением ситуации в области финансовой и потребительской грамотности населения Российской Федерации, должны быть срочно включены в приоритеты государственной политики.

Обобщая данные социологических исследований и анализируя наиболее острые проблемы, связанные с недостаточным уровнем финансовых знаний и навыков граждан, можно сформулировать следующие наиболее острые и критические проблемы, приводящие к ошибкам в принятии инвестиционных и финансовых решений населением (домохозяйствами), и требующие немедленных решений в рамках программы повышения финансовой грамотности:

♣ отсутствие (или предельно короткий горизонт) планирования семейного бюджета, отсутствие семейных стратегий планирования доходов – расходов;

♣ неспособность населения принимать взвешенное, основанное на анализе всей доступной информации решение в отношении использования тех или иных финансовых продуктов или услуг, спонтанность принятия финансовых решений;

♣ сохраняющийся у населения патерналистский стереотип мышления, стремление переложить ответственность за свои финансовые решения на государство;

♣ неумение населения адекватно оценивать риски;

♣ недостаточная информированность граждан о возможностях инвестирования и ведения операций на финансовых рынках;

♣ отсутствие правовых знаний в области защиты прав потребителей на финансовых рынках;

♣ недоступность для большинства граждан профессионального финансового консультирования;

♣ отсутствие понятной и доступной информации о пенсионной реформе, отсутствие привычки и навыка планирования пенсионных сбережений.

Итак, общую ситуацию доступности финансовых услуг и финансовой грамотности населения можно описать следующим образом: Большинство граждан не разбираются в финансовых услугах, финансовых инструментах и не в целом не доверяют финансовой системе, имея многочисленных примеры значительных потерь финансовых средств. Параллельно с этим наблюдается колоссальное увеличение спектра финансовых услуг и финансовых инструментов при зачастую неравномерной территориально и среди разных возрастных и социальных групп доступности этих услуг и инструментов.

Актуальность

Существенно усложнившаяся финансовая система, появление широкого спектра новых сложных финансовых продуктов и услуг ставят перед

людьми весьма сложные задачи, к решению которых они оказываются неподготовленными. Отсутствие у граждан финансовых знаний, навыков планирования бюджета и принятия решений по использованию финансовых продуктов и услуг, с одной стороны, и агрессивная реклама финансовых продуктов и услуг со стороны коммерческих структур, с другой стороны приводят к необходимости повышения финансовой грамотности населения с целью избежать финансовые диспропорции и риски, способные перерасти в проблемы национального масштаба.

Цель работы: разработать перечень программных мероприятий на основе научно-методических принципов формирования программ повышения финансовой грамотности населения, покрывающие дефицит существующих программных мероприятий.

Задачи работы:

1. Описать современную ситуацию развития рынка финансовых услуг, расширения доступности финансовых услуг
2. Оценить общий уровень финансовой грамотности населения России
3. Проанализировать существующие программы повышения финансовой грамотности населения
4. Разработать программные мероприятия в рамках программы повышения финансовой грамотности, улучшающие эффективность данной программы.

Гипотеза исследования: расширение доступности финансовых услуг требует повышения финансовой грамотности населения

Объект исследования: доступность финансовых услуг и финансовая грамотность населения

Предмет исследования: программы повышения уровня финансовой грамотности населения

1. Теоретические основы формирования финансовых услуг в современной России

1.1. Сущность финансовых услуг, их виды

Исследуемое понятие является одним из элементов множества правовых явлений, и законодатель предпринял попытку регламентировать деятельность на рынке финансовых услуг одним нормативным актом. Под финансовой услугой в толковании федерального закона «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» понимают деятельность, связанную с привлечением и использованием денежных средств юридических и физических лиц. В качестве финансовых услуг рассматриваются осуществление банковских операций и сделок, предоставление страховых услуг и услуг на рынке ценных бумаг, заключение договоров финансовой аренды (лизинга) и договоров по доверительному управлению денежными средствами или ценными бумагами, а также иные услуги финансового характера.

Исходя из определения услуги необходимо дать более емкое и научно обоснованное толкование категории «финансовая услуга», учитывающее как ее внутреннюю сущность, так и социально – экономическую роль, заключающуюся в многофункциональном предназначении, а также раскрыть структуру этого понятия. Финансовая услуга – это социально- экономическая категория, связанная с трансформацией денежных средств в денежный капитал юридических и физических лиц на банковском, страховом и инвестиционном рынках, а также иные услуги финансового характера.

Объект финансовых услуг – это то, по поводу чего возникает услуга как отношение т. е. ценная бумага, страховой полис, безналичные расчеты, банковские кредиты и т. д.

Субъекты финансовых услуг – это участники финансового рынка, с одной стороны заказчики т. е. потребители финансовых услуг, а с другой стороны финансовые организации (юридические и физические лица), предоставляющие финансовые услуги.

Логично предположить, что купля – продажа финансовых услуг должна осуществляться на рынке финансовых услуг. Однако необходимо

отметь, что в истории экономической теории само понятие «рынок финансовых услуг», как таковое, не выделялось, а входило в понятие финансового рынка.

Более узкое понятие финансовых услуг выглядит так: под финансовыми услугами понимаются операции с финансовыми активами, которые осуществляются в интересах третьих лиц за собственный счет или за счет этих лиц в случаях, предусмотренных законодательством, и за счет привлеченных от других лиц финансовых активов, с целью получения прибыли или сохранения реальной стоимости финансовых активов.

Виды финансовых услуг:

- ✧ банковские услуги
- ✧ инвестиционно-банковские услуги
- ✧ страховые услуги
- ✧ лизинговые услуги
- ✧ факторинговые услуги

Финансовыми считаются такие услуги:

- ✧ выпуск платежных документов, платежных карточек, дорожных чеков и/или их обслуживание, клиринг, другие формы обеспечения расчетов;
- ✧ доверительное управление финансовыми активами;
- ✧ деятельность по обмену валют;
- ✧ привлечение финансовых активов с обязательством последующего их возвращения;
- ✧ финансовый лизинг;
- ✧ предоставление средств в заем, в том числе и на условиях финансового кредита;
- ✧ предоставление гарантий и поручительств;
- ✧ перевод денег;
- ✧ услуги в сфере страхования и накопительного пенсионного обеспечения;
- ✧ торговля ценными бумагами;
- ✧ факторинг;

▲ другие операции, которые отвечают критериям, определенным законом.

1.2.Доступность финансовых услуг: понятие, организация.

В апреле-июне 2014 года НАФИ при поддержке CGAP, Beyond Philanthropy GmbH и РМЦ реализовали программу и по ее итогам провели конференцию под названием «Финансовая доступность в России: взгляд потребителя». Также в рамках мероприятия была организована дискуссия на тему защиты прав потребителей финансовых услуг как приоритета регуляторных инициатив в России с целью повышения финансовой доступности.

Исследование ставило перед собой цель предоставления актуальной и достоверной информации в отношении физической доступности и использования финансовых услуг, а также некоторых аспектов, связанных с качеством финансовой доступности, оцениваемым как по стандартизированным международным параметрам (показатели финансовой доступности G20), так и с точки зрения конечного пользователя и поставщиков финансовых продуктов.

Результаты исследования показали, что доступность финансовых продуктов и услуг в России в настоящее время находится на сравнительно невысоком уровне. С одной стороны, доля трудоспособного населения, охваченная различными кредитными, карточными и сберегательными продуктами и услугами достаточно высока и составляет 77% (для страховых продуктов данный показатель значительно ниже – 57%). В то же время, пользование такими продуктами нельзя назвать активным: наибольшей популярностью у потребителей пользуются услуги, оформление которых, как правило, регламентировано законодательством или определяется третьими лицами – зарплатные карты (44%), ДМС, оформленное работодателем (17%), ОСАГО (22%).

Одним из наиболее значимых барьеров к пользованию финансовыми услугами является уровень доверия к их поставщикам: наибольшим доверием у потребителей пользуются банки (74% россиян доверяют им), данный показатель у других игроков рынка – страховых и

инвестиционных компаний, микрофинансовых организаций – значительно ниже (44%, 21% и 14% соответственно). В первую очередь, такие показатели объясняются низкой осведомленностью населения о деятельности таких организаций и неуверенностью в наличии возможности защитить свои права при возникновении каких-либо проблем.

Данный факт особенно интересен в рамках анализа параметров, по которым сами потребители и поставщики определяют уровень доступности финансовых услуг. Важнейшими барьерами к пользованию финансовыми услугами для потребителей являются высокая сложность финансовых продуктов и отсутствие унифицированного представления их характеристик и условий пользования, а также надежность поставщика как организации, деятельность которой прозрачна и понятна для её клиентов. С точки зрения поставщиков услуг, основными барьерами к финансовой доступности являются высокая стоимость продуктов и услуг, их ограниченный ассортимент и физический доступ к различным сервисам и каналам.

Также серьезной проблемой остается низкий уровень финансовой грамотности населения, который приводит к тому, что многие потребители не понимают различий между продуктами или даже не осознают, что пользуются некоторыми из них; в частности, путают различные виды автострахования, дебетовые и кредитные карты, обязательное и дополнительное медицинское страхование.

Особого внимания заслуживают тенденции пользования финансовыми услугами – россияне гораздо более активно пользуются кредитными услугами (39%) по сравнению со сберегательными (24% или 15%, если исключить счета до востребования). Особенно ярко эта тенденция проявляется среди самого малообеспеченного сегмента (менее 3000 руб. на человека в месяц), в котором число пользователей сберегательными услугами в пять раз меньше, чем в среднем по стране, но при этом число пользователей краткосрочными кредитами примерно такое же, как и среди других категорий пользователей. Следует также отметить, что среди самого малообеспеченного сегмента наблюдается самая высокая доля тех, кто не пользуется никакими финансовыми услугами – 53% по сравнению с 23% в среднем по России.

Показатели финансовой доступности.

Выделяются три показателя доступности финансовых услуг:

1).инфраструктура физического доступа к основным финансовым услугам и каналам их предоставления, а также степень удовлетворенности потребителей инфраструктурой физического доступа к финансовым услугам.

2).частота использования финансовых услуг и каналов их предоставления, а также осведомленность о них и намерение воспользоваться финансовыми услугами в ближайшее время.

3).качественные аспекты финансовой доступности, барьеры к финансовой доступности, такие как степень доверия к поставщикам финансовых услуг и финансовым услугам, главные причины для пользования или отказа пользоваться финансовыми услугами с точки зрения потребителя, финансовая грамотность.

Для нас представляют интерес первые 2 показателя доступности.

1).Физический доступ в основным финансовым услугам. Рассмотрим основных поставщиков финансовых услуг.

Банки. По данным Центрального банка, в России на апрель 2014 г. активно функционировал 841 банк, который осуществлял свою деятельность через 45 268 отделений⁷. Число отделений банков увеличилось на 3,7% за два года, с момента, когда CGAP опубликовал «Обзорный доклад: расширение доступа к финансовым услугам в России» (Lyman, Staschen and Tomilova 2013). Банковский сектор в России также охватывает и небанковские кредитные организации (НКО), обладающие ограниченной банковской лицензией. Эти организации могут осуществлять различные банковские операции, за исключением привлечения вкладов населения.

По данным Исследования МВФ о доступе к финансовым услугам (Financial Access Survey), число отделений банков на 100 000 взрослого населения в 2012 г. составляло 38,22, а число банкоматов — 1828. По этим показателям Россия опережает некоторые высокоразвитые страны.

Почта России. Почта России является государственным предприятием с наибольшим числом отделений по всей стране — около 42 000 (практически столько же, как во всей российской банковской системе в целом).

Почта России осуществляет выплату пенсий и предоставляет ряд финансовых услуг при сотрудничестве с другими поставщиками — такие как платежи, внутренние и международные денежные переводы, погашение кредитов, пополнение банковских счетов и т. д. Почта также оформляет полисы страхования и кредитные карты, выступая в роли агента ряда поставщиков финансовых услуг.

Банковские платежные агенты включают различные розничные сети, из которых наиболее многочисленными являются салоны мобильной связи и супермаркеты. Агенты имеют право предоставлять услуги по принятию денежных средств, большую часть которых составляют платежи. В 2012 г. в России было свыше 12 000 банковских агентов, предоставлявших услуги через 319 000 точек обслуживания (ЦИПСИР и РМЦ 2012 г.). Примерно 70% из них были оборудованы автоматизированными платежными терминалами, являющимися российской инновацией в области дистанционного банкинга.

Микрофинансовые организации (МФО). По данным первого полугодия 2014 г., число МФО, зарегистрированных в России с января 2011 г., когда вступил в действие закон «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», составило 429414. Микрозаймы определяются как займы до 1 миллиона рублей (примерно 29 400 долларов США) и могут предоставляться как на предпринимательские, так и потребительские цели. В 2013 г. МФО в совокупности предоставили услуги примерно 950 000 заемщиков, из которых около 900000 были получателями потребительских займов. Последние включают в себя так называемые «займы до зарплаты». Несмотря на то, что закон не дает определения такого вида кредитования в России, поставщики «займов до зарплаты» выдают займы под очень высокий процент и на очень короткий срок, и таким образом, данные компании сходны с кредиторами «до зарплаты» в других странах. Однако, хотя название и предполагает возврат средств при получении зарплаты, в большинстве случаев такие займы не обеспечены зарплатами заемщиков. При отсутствии официального определения в данный момент не представляется возможным установить точные объемы кредитования «до зарплаты».

МФО не могут привлекать вклады, однако могут получать займы от физических лиц в размере, превышающем 1,5 миллиона рублей (примерно 44 100 долларов США), то есть от так называемых «квалифицированных» заимодавцев. Начиная с 1 июля 2014 г. они также могут выпускать облигации номиналом менее 1,5 миллиона рублей, однако только для квалифицированных инвесторов, определенных законом.

Кредитные кооперативы. По данным Центробанка, в 2014 г. в России было 3 494 кредитных кооператива; в 2013 г. они обслуживали порядка 1,1 миллиона человек. Кредитные кооперативы могут оказывать кредитные и сберегательные услуги, но только для членов кооператива. Большая часть кредитных кооперативов работает в регионах, которые в меньшей степени охвачены отделениями банков. МФО и кредитные кооперативы часто называют «институтами микрофинансирования», поскольку и те, и другие предоставляют микрозаймы.

Страховые компании. По данным за июль 2014 г., в России было зарегистрировано 58720 страховых компаний. В 2013 г. десять крупнейших страховых компаний занимали 57% рынка, а 50 крупнейших компаний — 87%²¹.

Операторы мобильной связи. На российском рынке работают четыре крупнейших оператора мобильной связи, которые совместно контролируют 92% российского рынка (Достов и Шуст, 2013 г.). Все они предлагают услуги осуществления платежей с предоплаченного счета мобильного телефона. Для того чтобы предоставлять такие услуги, они должны работать в партнерстве либо с банком, либо с НКО.

Операторы электронных денег. По данным на февраль 2014 г., в России было 82 оператора электронных денег (64 банка и 18 НКО)²³. Для того чтобы использовать их услуги, предлагаемые через электронные кошельки в интернете, клиенту необходимо пройти идентификацию, если остаток средств электронного кошелька превышает 15 000 рублей (примерно 440 долларов США), или объем ежемесячных операций превышает 40 000 рублей (примерно 1 176 долларов США). В иных случаях электронный кошелек может быть неперсонифицированным.

Паевые инвестиционные фонды (ПИФ). В 2014 г. 24 в России было зарегистрирова- но 2806 ПИФов²⁵. 20% этих фондов контролируют около 80% рынка. Эти поставщики финансовых услуг менее всего известны россиянам и имеют самое низкое число пользователей.

За исключением Почты России, платежных агентов и операторов мобильной связи, все вышеназванные поставщики услуг в России с сентября 2013 г. 26 регулируются Центральным банком и поднадзорны ему.

Таким образом, если не брать во внимание то, что на сегодняшний день ещё остаётся актуальной проблема ограниченного физического доступа к финансовым услугам в отдельных регионах России, что связано со сложностью охвата большой территории страны, то в целом мы видим, что количественные показатели физического доступа к услугам ежегодно растёт и по показателям на душу населения уже сейчас опережает некоторые развитые страны.

2). Частота использования финансовых услуг, каналы предоставления.

На территории России наблюдаются значительные региональные различия в отношении пользования кредитами и сбережениями: более высокая степень пользования этими услугами выявлена в Центральном, Северо-Западном, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах. В Приволжском, Южном и Северо-Кавказском федеральных округах степень пользования финансовыми услугами ниже.

В отношении пола и возраста существенных различий при пользовании финансовыми услугами отмечено не было. Однако отмечаются различия при пользовании каналами предоставления услуг в зависимости от возраста, что не удивительно: более молодые люди, как правило, более активно пользуются инновационными каналами предоставления финансовых услуг.

Наиболее часто используемыми финансовыми продуктами являются те, что инициируются третьими сторонами (например, зарплатными картами пользуется 44% респондентов, а полисами добровольного медицинского страхования, оформляемыми работодателями, владеют 20%) или являются обязательными по закону (например, полисы страхования ОСАГО, которыми владеют 22%). Исследование не обнаружило существенных корреляций между использованием услугами, инициированными третьими сторонами, и более

активным использованием другими финансовыми услугами. Иными словами, наличие доступа к услуге в данном случае не привело к более активному использованию другими услугами.

В то же время исследование показало, что более активное использование всеми видами карточных продуктов, включая те, что предоставляются третьими сторонами, коррелирует с более активным использованием переходными и инновационными каналами предоставления финансовых услуг.

Россияне склонны пользоваться кредитными продуктами чаще, чем сберегательными продуктами: 39% являются пользователями кредитов и лишь 24% пользуются какими-либо видами сберегательных продуктов. В сегменте с наиболее низким уровнем дохода доля заемщиков примерно такая же, как и в других категориях пользователей по уровню дохода, однако доля «сберегателей» более чем в 5 раз ниже.

Среди кредитных продуктов преобладают продукты краткосрочные и высокорисковые, такие как кредиты наличными и кредитные карты, которыми пользуется 18 и 17% пользователей соответственно.

Из сберегательных продуктов менее всего потребители пользуются долгосрочными продуктами: срочными вкладами и паевыми инвестиционными фондами пользуется 4 и менее 1% пользователей соответственно.

Только 1% респондентов пользуется микрозаймами, выдаваемыми микрофинансовыми организациями и кредитными кооперативами.

Что касается каналов предоставления финансовых услуг, то традиционными методами и каналами — такими, как оплата наличными, в отделениях банков и Почты России — пользуются наиболее активно (более 64% респондентов).

Россияне не проявляют высокого спроса на какие-либо финансовые продукты: они, как правило, намерены пользоваться теми продуктами и услугами, которыми уже пользуются.

Ответы на вопросы относительно пользования услугами, осведомленности о них и намерении воспользоваться ими продемонстрировали, что многие респонденты не в полной мере понимают специфику некоторых продуктов и часто путают схожие продукты

1.3.Тенденции и особенности развития финансовых услуг: зарубежный и российский опыт.

Кредитные, карточные и сберегательные продукты.

Хотя карточные продукты в России могут в целом рассматриваться как «сберегательные» продукты (за исключением кредитных карт, данные по которым включены в статистику пользования кредитными продуктами), поскольку они, как правило, привязаны к банковским счетам, которые можно пополнить, статистика по их использованию представлена отдельно, чтобы отразить специфику российского рынка финансовых услуг, где многие подобные карточные продукты инициированы и предоставлены потребителям третьими сторонами — такими как работодатели (зарплатные карты, используемые для перевода заработной платы и других выплат сотрудникам) и государство (социальные карты, используемые для государственных пособий в пользу различных категорий получателей).

За исключением пользователей зарплатных карт, доля россиян, пользующихся кредитными, сберегательными или карточными продуктами, не превышает 18% по каждому из продуктов. Относительно высокий процент тех, кто пользуется зарплат- ной картой (44%) объясняется тем, что данный продукт инициируется и предоставляется работодателями для перевода зарплат работникам. Аналогично, 14% пользователей социальных карт отражает число получателей государственных пособий, для которых государством были выпущены карты, но кто активно не обращался за предоставлением данной услуги.

Кредитные продукты используются чаще, чем сберегательные продукты: в целом 39% респондентов пользуется какими-либо кредитными продуктами, и только 24% — какими- либо сберегательными продуктами (данный показатель включает 15% тех, кто пользуется депозитами и сберегательными счетами).

Среди кредитных продуктов россияне пользуются краткосрочными, высокорисковыми продуктами более активно — такими, например, как краткосрочные банковские кредиты наличными, кредитные карты и кредиты на

приобретение товаров в торговых точках. Это не удивительно, поскольку потребительский кредит стал в последние годы более доступен: например, в 2013 г. объем потребительского кредитования банками России вырос примерно на 40%, по данным Центрального банка.

В то же самое время объем вкладов физических лиц вырос за тот же год на 20%³². Из сберегательных продуктов долгосрочными инструментами пользуются наименее активно: только 4% населения имеют срочные вклады, и менее 1% инвестировали свои средства в паевые инвестиционные фонды.

Страховые продукты.

Общий уровень пользования страховыми продуктами ниже, чем кредитными, карточными или сберегательными. Если последними пользуется 77% респондентов, то страховыми продуктами пользуется лишь 57% россиян.

Многие россияне путают некоторые продукты со сходными продуктами; это особенно очевидно в отношении страховых продуктов. Поэтому данные о пользовании страховыми продуктами скорее являются данными о восприятии пользования.

Подобно финансовым продуктам, которые обсуждались выше, среди страховых продуктов, которыми пользуются респонденты, наиболее популярны обязательные продукты — такие как обязательное страхование автогражданской ответственности (ОСАГО) владельцев транспортных средств (22%) и продукты, инициированные третьими сторонами, такие как добровольное медицинское страхование (ДМС), оформляемое работодателем (17%).

Предоставление финансовых услуг вне банковских филиалов открывает существенные возможности для расширения доступа к финансовым услугам. Благодаря гораздо более низкой стоимости предоставления услуг по сравнению с традиционным банковским обслуживанием, дистанционный банкинг может охватить значительно большее число клиентов и дать возможность осуществления транзакций с малыми суммами по более низкой стоимости.

Каналы предоставления финансовых услуг разделены на три обширные категории: традиционные, переходные и инновационные. Данная

классификация составлена с точки зрения потребителя — каналы сгруппированы на основе типов взаимодействия клиентов (с сотрудниками, оборудованием поставщика, собственной техникой), а не по видам поставщиков услуг (банк — не-банк).

Таблица 1 (рисунок)

Россияне в большей степени склонны пользоваться традиционными каналами предоставления финансовых услуг. Не удивительно, что меньше всего используются инновационные каналы. Как говорилось выше, было выявлено, что держатели любых карточных продуктов — как оформленных третьими сторонами, так и приобретенных самостоятельно, — предпочитают чаще использовать переходные и инновационные каналы по сравнению с теми, кто не пользуется такими продуктами.

Показатели использования платежных агентов за последние 12 месяцев оказались выше, чем для других традиционных каналов. Скорее всего, это связано с тем, что платежные агенты в основном используются для наиболее популярных и частых платежей — за мобильный телефон: такие платежи осуществляют 90% респондентов, 65% из которых платят несколько раз в месяц.

Осведомленность.

В целом, в абсолютных цифрах показатели осведомленности намного выше показателей пользования. Значительное большинство людей уверены, что они либо хорошо осведомлены о продуктах и знают, как ими пользоваться, или, по крайней мере, что-то слышали о большинстве продуктов. Вероятно, это означает, что низкая степень пользования объясняется не тем, что люди не знают о существовании определенных продуктов, но и другими факторами, влияющими на их решение не пользоваться финансовыми услугами. В частности, оказывается, что многие пользователи считали, что знают и понимают некоторые продукты, но фактически оказалось, что они путают их со сходными продуктами.

Население демонстрирует самый низкий уровень осведомленности о ПИФах и микрозаймах. Это можно объяснить относительно недавней историей появления этих продуктов в России: первые ПИФы были

созданы в России около 15 лет назад, а первые официальные микрофинансовые организации (МФО) начали предоставлять свои услуги с января 2011 г.

3). Барьеры к финансовой доступности.

Одним из барьеров к финансовой доступности является доверие (а скорее недоверие) к поставщикам финансовых услуг.

Банки являются поставщиками финансовых услуг, пользующимися наибольшим доверием, в то время как МФО — наименьшим (74% по сравнению с 14%). Степень доверия к страховым компаниям, занимающим по степени доверия второе место, на 33% ниже, чем к банкам.

Степень доверия в значительной степени и напрямую коррелирует с уровнем осведомленности и пользования, которые, в свою очередь, коррелируют с уровнем дохода населения.

Причины отказа пользоваться финансовыми услугами:

За исключением кредитов наличными и кредитных карт, к пяти основным причинам, по которым россияне не пользуются финансовыми продуктами, относятся недостаточные знания населения об этих продуктах.

Большая часть населения воспринимает страховые продукты как ненужные. Это соответствует выводам о значительно меньшей степени осведомленности о данных продуктах и степени пользования ими по сравнению с другими финансовыми продуктами, а также тому факту, что значительная часть населения путает их между собой и другими продуктами.

Что касается каналов предоставления услуг, главной причиной для отказа от пользования традиционными каналами является их меньшее удобство. Переходные и инновационные каналы воспринимаются как более удобные, но в то же время как менее надежные и в меньшей степени известные.

Причины пользования финансовыми услугами

Все карточные продукты, включая кредитные карты, пятая часть населения оформляет «на всякий случай». Сберегательные продукты в основном рассматриваются как способ хранения денег, а не как способ получения дохода.

Традиционные каналы предоставления услуг, как правило, выбираются по причинам их надежности и низкой цены, в то время как переходные и инновационные — ради большего удобства.

Финансовая грамотность.

Качественное исследование проблем, связанных с финансовой грамотностью, подтвердило выводы ранее проведенного количественного исследования об относительно низком уровне финансовой грамотности. Полученные результаты подтверждают и другие результаты данного исследования, показывая, что потребители испытывают серьезную потребность в более простых и легких для понимания финансовых продуктах и услугах, представленных им в более унифицированной форме.

Для потребителей основные факторы, влияющие на выбор поставщика финансовых услуг и принятие решения о пользовании финансовыми услугами, включают надежность поставщика услуг, а также простоту, понятность и прозрачность продуктов и условий их предоставления. Цена также важна, но в значительной мере в плане размера комиссий по операциям, а не в отношении процента по займу или сберегательному вкладу. Другие факторы включают физический доступ к финансовым услугам и обслуживание потребителей, но данные факторы оказываются сравнительно менее важными, чем вышеназванные.

Поставщики услуг, как правило, концентрируют внимание на тех же факторах, что и потребители, но в ином свете. Признавая проблему финансовой грамотности, они склонны недооценивать сложность своих продуктов для потребителей и перекладывать ответственность за повышение финансовой грамотности либо на самих потребителей, либо на государство. Многие поставщики считают, что ограниченный ассортимент финансовых продуктов является барьером к финансовой доступности, что не подтверждается мнением потребителей. Ценовой фактор чаще рассматривается поставщиками в плане высокой цены кредита/займа. Поставщики чаще называют физический доступ как один из факторов, более важных для финансовой доступности по сравнению с остальными.

Поставщики услуг также называют специфические барьеры, актуальные для них и негативно влияющие на финансовую доступность, такие как законодательство и регулирование, отсутствие стимулов со стороны государства для поставщиков финансовых услуг и недостаточность технологической инфраструктуры.

Доверие.

В соответствии с Барометром доверия Эдельмана (2013 г.), финансовые услуги остаются сектором, пользующимся во всем мире самым низким доверием. В 2012 г. Россия занимала последнее место в исследовании по 25 странам по степени доверия к финансовым услугам: только 34% респондентов выразили свое доверие по отношению к ним. В 2013 г. показатель был выше — 40%, что, тем не менее, ниже среднего показателя по всему миру — 47%.

Как оказалось, даже поставщикам услуг, пользующимся наибольшим доверием — банкам и страховым компаниям — «полностью доверяет» относительно небольшая доля населения (13 и 6% соответственно).

Уровень доверия в значительной степени коррелирует со степенью осведомленности: как о ПИФах, так и о МФО потребители знают меньше всего, и этим структурам они менее всего доверяют. В отношении ПИФов следует отметить, что низкая степень доверия к ним может также объясняться деятельностью многочисленных финансовых пирамид в 1990-е гг., многие из которых позиционировали себя как «инвестиционные фонды». Интересно, что во время проведения качественного исследования респонденты часто называли МФО «финансовыми пирамидами», даже несмотря на то, что МФО не принимают розничные вклады. Это демонстрирует степень недоверия к этим организациям, а также то, что кредиторы «до зарплаты», зарегистрированные как МФО, устанавливают чрезвычайно высокие процентные ставки — подобно тому, как финансовые пирамиды обещали высокие проценты на инвестиции.

Как видно, традиционные каналы в основном рассматриваются как неудобные в плане их расположения, за исключением платежей наличными непосредственно поставщику услуг (например, коммунальные предприятия). В то же время, из традиционных каналов непосредственная оплата наличными

поставщикам услуг воспринимается как вариант, в наименьшей степени вызывающий доверие.

Переходные каналы воспринимаются как более удобные в плане их расположения по сравнению с большинством традиционных, но основная причина их неиспользования заключается в отсутствии знаний о том, как ими пользоваться. Примерно одинаковый процент населения считает, что процесс оплаты сложен как посредством традиционных каналов, так и переходных. В отношении переходных каналов степень доверия ниже, нежели к таким традиционным каналам как отделение банка или Почты России. Люди часто выражают обеспокоенность тем, что платежный терминал или банкомат могут сломаться во время осуществления платежей, и их деньги пропадут, в то время как в банке или отделении почты, если платеж не прошел, они могут потребовать возврата средств. Кроме того, в отличие от традиционных каналов, среди причин отказа пользоваться переходными каналами называется высокая цена обслуживания.

В отношении инновационных каналов наблюдается самый высокий процент тех, кто не знает, как пользоваться такими каналами и не доверяет им.

2. Обоснование необходимости развития финансовой грамотности населения

2.1. Финансовая грамотность: сущность, современные подходы к определению

Современное движение к прогрессу, к развитию инновационных структур, к построению экономики знаний превращает человеческий капитал - совокупность знаний, компетенций и свойств, воплощенных в индивидах, - в главный производительный и социальный фактор повышения качества жизни, способствующий «созданию личностного, социального и экономического благополучия» и обеспечивающий общественное развитие [3].

Одним из критериев оценки человеческого капитала выступает степень грамотности населения, предполагающая в том числе оценку финансовой грамотности.

Чаще всего под финансовой грамотностью подразумевают понимание ключевых финансовых понятий, владение информацией о финансовых институтах и предлагаемых ими продуктах, умение ее использовать и принимать разумные решения для реализации жизненных целей, обеспечения собственного благосостояния и финансовой безопасности [4]. Финансовая грамотность населения предполагает способность вести учет всех поступлений и расходов; наличие навыков поиска информации о рынке банковских и страховых продуктов, привычки следить за основными его показателями; умение планировать будущее, создавать сбережения, сравнивая между собой предложения различных компаний и т.д. [4].

Без базовых знаний и навыков, без соответствующего уровня финансовой грамотности невозможно уверенное распоряжение личными доходами, качественное управление и использование разнообразных финансовых продуктов и услуг.

Так, например, низкая финансовая грамотность потребителей финансовых услуг приводит к высокому уровню персональных долговых обязательств, неэффективному управлению сбережениями и пенсионными накоплениями [5], нежеланию граждан вкладывать инвестиции в ценные бумаги

и использовать другие финансовые продукты и услуги (страхование, ипотеку), передаче негативного финансового опыта следующим поколениям, подверженности рискам мошенничества.

Для специализированных организаций и государства невысокий уровень финансовой грамотности населения снижает эффективность регулирования финансовых рынков, усложняет защиту прав потребителей, препятствует внедрению новых программ и институтов в пенсионную, страховую и инвестиционную сферы, сдерживает потенциал экономического роста.

Надлежащий уровень финансовой грамотности помогает накоплению человеком экономически полезных знаний, дела более продуктивным его финансовое поведение [3], а также способствует:

- повышению уровня жизни граждан благодаря рационализации семейного бюджета, развитию способности управлять финансами в течение жизненного цикла семьи;
- стабильному функционированию и развитию финансового рынка;
- притоку средств граждан в экономику регионов и страны в целом и расширению на этой основе финансирования реального сектора экономики;
- усилению борьбы с мошенничеством и нарушениями законодательства в финансово-экономической сфере;
- формированию более квалифицированного персонала, который предлагает финансовые продукты и услуги, учитывающие интересы как финансовых институтов, так и рядовых потребителей;
- повышению общественного благосостояния и конкурентоспособности национальной экономики.

С позиции концепции человеческого капитала финансовая грамотность расширяет выбор вариантов финансового поведения и увеличивает возможности получения дохода и достижения личной финансовой стабильности и независимости. Другими словами, финансовая грамотность в итоге приводит к капитализации знаний и улучшению качества жизни индивидов [3].

Необходимо отметить, что уровень финансовой грамотности тесно связан со сберегательным поведением населения, которое является источником

внутреннего инвестирования и кредитования хозяйства, основой макроэкономической стабильности и развития финансового сектора, а также обеспечивает запас прочности домохозяйств на случай возможных осложнений. Следовательно, наряду с изучением финансовой грамотности важным представляется непрерывное отслеживание состояния и тенденций изменения сберегательного поведения населения.

В рамках Национальной программы под финансовой грамотностью понимается способность граждан:

- эффективно управлять личными финансами;
- осуществлять учет расходов и доходов домохозяйства и осуществлять краткосрочное и долгосрочное финансовое планирование;
- оптимизировать соотношение между сбережениями и потреблением;
- разбираться в особенностях различных финансовых продуктов и услуг (в том числе инструментов рынка ценных бумаг и коллективных инвестиций), иметь актуальную информацию о ситуации на финансовых рынках;
- принимать обоснованные решения в отношении финансовых продуктов и услуг и осознанно нести ответственность за такие решения;
- компетентно планировать и осуществлять пенсионные накопления.

Еще одно определение финансовой грамотности - это комбинация осведомленности, знаний, навыков, установок и поведения, которые необходимы для принятия правильных финансовых решений и достижения индивидуального финансового благополучия. (1)

2.2. Оценка уровня финансовой грамотности

Существуют различные подходы к определению уровня финансовой грамотности. Один из подходов был предложен Национальным агентством финансовых исследований.

Определение и операционализация понятия были сделаны на основе данных экспертных интервью с представителями банков (Сбербанка, Альфа

банка, Райффайзенбанка, Ситибанка и др.), страховых (Росгосстраха, Ингосстраха, России) и управляющих компаний (Финам Менеджмент, БрокерКредитСервис, ВТБ Управление активами), российских фондовых бирж (ММВБ, РТС), а также регуляторов рынка финансовых услуг для населения (Центрального банка РФ, Федеральной службы по финансовым рынкам, Агентства по страхованию вкладов и др.), негосударственных некоммерческих организаций (Российского союза промышленников и предпринимателей, Центра инвестиционного просвещения и др.). Интервью проводились с руководителями данных организаций или их подразделений, в банках и страховых компаниях — с руководителями департаментов розничного бизнеса.

Основным выводом после проведения интервью с представителями компаний и организаций, работающих на рынке финансовых услуг для населения, был вывод о том, что финансовая грамотность включает в себя три основных компонента — во первых, это установки, во вторых, знания о финансовых институтах и предлагаемых ими продуктах, и, в третьих, навыки их использования. Причем наиболее важной является именно первая часть — установки — которые являются базисом финансовой грамотности. Именно они отвечают за формирование у индивида потребности в финансовых услугах и обеспечивают понимание последствий своих действий. Речь идет о формировании культуры финансового поведения, которая начинается с планирования семейного бюджета, причем на длительную перспективу, и выработки стратегии реализации потребностей жизненного цикла. Однако пока долгосрочные стратегии финансового планирования не развиты, сохраняется привычка думать только о сегодняшнем дне. Именно эту установку можно и нужно изменить в ходе реализации программы повышения финансовой грамотности населения через формирование в сознании людей понимания того, что жизненный цикл любого человека включает определенные события, к которым необходимо подойти финансово подготовленным. Это создание семьи, рождение детей, покупка квартиры или дома, образование детей, пенсия. Решение всех этих задач невозможно без использования инструментов финансового рынка. Другой важной установкой, препятствующей развитию

финансовой активности населения, является недоверие населения финансовым институтам.

Необходимые знания должны включать: понятие риска и доходности, дисконтирования, инфляции, понимание различий между реальным и номинальным измерениями, наличными и безналичными платежами, принципы и схемы функционирования финансового рынка, понимание природы и функций финансовых институтов, инструментов, азы юридической и налоговой грамотности, понимание границ ответственности финансовых институтов перед клиентами и клиентов перед финансовыми институтами, владение минимальным финансовым словарем и т.п.

Необходимые навыки: умение искать и находить информацию о рынке, привычка следить за основными показателями рынка, умение читать договор и понимать содержащуюся в нем информацию, сравнивать между собой предложения различных компаний, умение подавать претензию или жалобу в том случае, если его права нарушены, и т.п. Необходимо сформировать привычку следить за событиями на финансовом рынке, например, за уровнем процентных ставок по кредитам и депозитам, доходностью ПИФов, стоимостью страховых продуктов и т.п., развивать навык чтения договоров и понимания смысла написанного [2].

2.3. Влияние доступности финансовых услуг на развитие уровня финансовой грамотности населения

Как уже обсуждалось ранее, стабильное развитие финансового рынка невозможно без повышения финансовой грамотности населения. Расширение перечня финансовых услуг, финансовых инструментов, развитие доступности финансовых услуг и уровень финансовой грамотности населения - два взаимно влияющих друг на друга процесса.

С одной стороны повышение уровня финансовой грамотности, а, следовательно, повышение осведомленности о существующих условиях использования того или иного финансового продукта, повышение доверия к

финансовым институтам, способности рационально использовать личные финансы, неизбежно будет предъявлять новые требования к финансовым продуктам; повышение спроса будет требовать появления новых предложений. С другой стороны, повышение доступности финансовых услуг, а следовательно, процесс универсализации услуг (когда ранее неизвестные возможности пользования финансовыми услугами становятся массовыми) неизбежно требует повышения уровня осведомленности, уровня финансовой грамотности для возможности пользования ставшими универсальными финансовыми услугами.

3. Разработка программных мероприятий по повышению уровня финансовой грамотности в современных условиях доступности финансовых услуг в Красноярском крае

3.1. Опыт создания и реализации программ повышения финансовой грамотности

Ниже представлено описание программ финансовой грамотности, действующих в РФ и организованных государством, финансовыми корпорациями, некоммерческими организациями, ВУЗами, тренинговыми центрами и т.д.:

1). Государственная программа повышения финансовой грамотности в РФ.

Документом, формулирующим цели и задачи государственной политики, направленной на повышение уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации, содержащим механизмы реализации такой политики, принципы распределения полномочий всех участвующих сторон, а также конкретные инициативы и меры по достижению целей, является Национальная программа повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации (далее – Национальная программа).

Настоящая концепция, развивая общие подходы, сформулированные в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, Стратегии развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года и Концепции создания международного финансового центра в Российской Федерации, формирует основу для Национальной программы, устанавливает основные цели и задачи такой программы, а также предлагает базовые принципы, на которых должна строиться Национальная программа. Концепция также представляет открытый индикативный перечень мероприятий, иллюстрирующий некоторые инструменты, которые могут быть использованы для решения задач и достижения целей Национальной программы.

Настоящая концепция призвана положить начало осуществлению практической работы по выработке и реализации единой государственной программы, направленной на повышение финансовой грамотности населения

Российской Федерации. Концепция исходит из необходимости комплексного подхода к повышению уровня финансовой грамотности населения. Необходимо достижение баланса финансовых знаний и навыков граждан по всему спектру вопросов, относящихся к различным сегментам финансового рынка. В этой связи концепция предполагает модульный подход к организации Национальной программы. В рамках такого подхода на базе общих целей, задач и принципов реализации будут разрабатываться и по мере готовности добавляться в Национальную программу отраслевые программы повышения финансовой грамотности, имеющие более узкую направленность на повышение знаний граждан в области того или иного сегмента финансового рынка, например, фондового рынка, рынка страховых услуг, банковских услуг и т.п. Такой подход направлен на придание необходимой гибкости и масштабируемости Национальной программе и позволяет обеспечить ее постоянное развитие и совершенствование по мере накопления практического опыта реализации. Такой подход также позволит органически включать в Национальную программу различные ведомственные и иные подпрограммы и инициативы, в том числе, отраслевые программы по мере их подготовки. Аналогичный подход может быть распространен и на сами отраслевые программы, которые будут развиваться и расширяться по мере их реализации.

Для иллюстрации предлагаемого подхода в рамках настоящей концепции приводится описание целей и задач модельной отраслевой программы повышения инвестиционной грамотности и информированности населения о возможностях инвестирования средств с использованием механизмов фондового рынка.

При разработке концепции Национальной программы активно использовался существующий опыт разработки и реализации аналогичных программ и близких проектов. В частности, был проанализирован опыт развитых стран в данной области (США, Великобритания, Евросоюз, Австралия) и аналогичные программы ряда стран с развивающимися финансовыми рынками (Индия, Бразилия, Гонконг, Польша, Казахстан).

Задачи Национальной программы

Для достижения цели Национальной программы был разработан и реализуется комплекс мер, направленных на решение следующих основных задач:

а) Организация системы финансового образования и просвещения, способствующей передаче знаний и навыков финансовой грамотности всем категориям населения России.

В рамках данной обширной задачи усилия сосредоточены на следующих направлениях:

Создание учебных, методических и образовательных материалов. Необходимо провести аудит существующих учебных пособий, методических и образовательных материалов на предмет их соответствия целям повышения финансовой грамотности учащихся, а также возможности их применения для финансового просвещения вне учебных заведений, приступить к процессу разработки таких пособий и материалов на основе лучшего зарубежного и российского опыта, в том числе, предполагающих применение нетрадиционных учебных и образовательных процессов на основе современных электронных и Интернет технологий. Разработанные в рамках Национальной программы образовательные материалы должны быть доступны для применения всем участникам Национальной программы.

Подготовка компетентных специалистов и преподавательского состава по вопросам финансовой грамотности. Необходимо повышать уровень компетенции преподавателей, вовлеченных в программы передачи финансовой грамотности, а также осуществлять подготовку специалистов, которые будут вести различные образовательные семинары и другие мероприятия, направленные на финансовое просвещение граждан в рамках системы центров просвещения, или на рабочих местах. В этой связи существенное значение приобретает программа «учебы учителей».

Включение вопросов финансовой грамотности в учебные планы образовательных учреждений. В связи с перегруженностью школьных программ включение в учебные планы обязательных предметов, связанных с финансовой грамотностью, может быть рассмотрено в среднесрочной перспективе. В качестве немедленных мер следует рассматривать встраивание

вопросов, связанных с финансовой грамотностью в качестве иллюстрирующих материалов к смежным предметам, и использование факультативных курсов.

Создание центров финансового просвещения. Необходимо создание центров финансового просвещения, осуществляющих регулярные образовательные мероприятия и консультации для населения. Такие центры могут создаваться на базе территориальных отделений федеральных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления, ВУЗов, публичных библиотек и т.п. при поддержке общественных и образовательных учреждений и коммерческих организаций.

Создание общедоступной системы доведения до населения образовательных материалов по финансовой грамотности, актуальной информации по всем вопросам, связанным с использованием финансовых продуктов и услуг, инвестирования на финансовых рынках, планированием пенсионных накоплений.

b) Привлечение внимания граждан к проблематике Национальной программы, повышение уровня осознания гражданами необходимости повышения своих финансовых знаний, в том числе через:

- проведение специализированных опросов населения;
- медийные средства;
- акценты выступлений знаковых представителей государства.

c) Обеспечение экономической безопасности домохозяйств, в том числе за счет:

- разрушения патерналистского стереотипа,
 - возвращая культуру принятия домохозяйствами самостоятельных ответственных решений в области экономики и финансов,
- формирование у российских граждан нового типа мышления, содержащего установки на активное экономическое поведение, соответствующее их финансовым возможностям;

▲ развития навыков финансового планирования и формирования резервов на случай непредвиденных обстоятельств - «финансовой подушки безопасности»;

- ✧ создания института инвестиционного консультирования розничных инвесторов;

- ✧ совершенствования нормативно-правовой базы регулирования финансовых рынков, в том числе, в области совершенствования требований к раскрытию информации о финансовых продуктах (создания информационного паспорта финансового продукта) и разработки стандартизованных контрактов по финансовым продуктам и услугам;

- ✧ создания центров финансового консультирования граждан, оказавшихся в сложной финансовой ситуации;

- ✧ повышения информированности населения о финансовом рынке и возможностях повышения благосостояния граждан за счет инвестирования на этом рынке;

- ✧ расширения возможностей защиты населением своих прав как потребителя финансовых продуктов и услуг и как инвестора;

- ✧ повышения уровня правовых знаний граждан и навыков использования предусмотренных законодательством средств для защиты своих прав;

- ✧ создания контура практических знаний, защищающих от массовых ошибок и предотвращающих финансовую панику;

сужения поля для коррупции, злоупотреблений и финансовых махинаций.

d) Повышение обоснованности финансовых решений, принимаемых домохозяйствами, в том числе за счет:

- ✧ повышения базовых знаний о финансовом рынке и экономике;

- ✧ повышения осведомленности граждан о рисках, связанных с инвестированием средств в инструменты финансовых рынков и о методах снижения таких рисков;

- ✧ передачи практического финансового опыта передовых групп (финансовая элита, малый и средний бизнес, мелкие частные инвесторы) всему населению.

e) Повышение общей экономической активности населения, поддержка предпринимательства, идей создания собственного бизнеса домохозяйств.

Повышение компетентности граждан для открытия своего бизнеса, культивирование предпринимательского опыта, создание культурных условий для массового развития малого и среднего бизнеса.

f) Изменение отношения государственных служащих, контролеров, работников правоохранительных органов к массовой экономической активности граждан, обеспечение единства государственной политики в отношении экономического поведения домохозяйств (в том числе информационной политики).

g) Формирование социально ответственного поведения поставщиков финансовых продуктов и услуг в отношении потребителей, создание прозрачных и непредвзятых моделей продвижения и предоставления услуг, в том числе через:

- ♣ разработку и принятие стандартов социально ответственной деятельности;

- ♣ включение в кодексы этики профессиональной деятельности коммерческих организаций положений о работе и правилах коммуницирования с клиентами / инвесторами;

- ♣ разработку и принятие регламентов и правил информационной политики, в частности, рекламы и иных форм публичного раскрытия информации, направленной на потребителя финансовых услуг;

- ♣ создание информационных паспортов финансовых продуктов.

2).Программа Экспертной группы по финансовому просвещению при ФСФР России

3).«Школа начального финансового образования». Данный проект представляет собой серию семинаров об управлении личными финансами, проводимыми на постоянной основе. Семинары посвящены составлению личного финансового плана, созданию карты денежных потоков, особенностям и рискам инвестирования в различные инструменты (ПИФы, ценные бумаги, торговля акциями через Интернет, банковские депозиты, золото и многие другие)

4).«Финансовая культура и безопасность граждан». Общефедеральная программа «Финансовая культура и безопасность граждан России» создана при поддержке Всероссийской политической партии «Единая Россия Генеральным партнером Программы выступило ОАО «УРАЛСИБ».

В рамках Программы реализовываются проекты и мероприятия, направленные на повышение финансовой культуры и защищенности всех слоев граждан. Основной акцент сделан на молодежь, в среде которой отмечается наиболее высокий запрос на повышение финансовой эрудиции.

5).«Школа денег». Данный просветительский проект Центра инвестиционного просвещения ориентирован, в первую очередь, на старшеклассников. Материалы, размещенные на сайте, будут хорошими помощниками в самостоятельном изучении фондового рынка. Образовательный проект «Школа денег» легко поможет углубиться в финансовую сферу новичкам, а для специалистов он будет полезен в качестве расширения кругозора и повышения своей финансовой эрудиции.

6).«Финансовая грамотность». Проект РАНХ был сделан проект для молодёжи по оценке финансовой грамотности в развлекательной форме. Данный проект позволяет студентам подготовиться к принятию финансовых решений, от которых зависит собственное благополучие и близких людей, и получить базовое представление о мире финансов, выбрать оптимальный для себя финансовый инструмент.

7).Центр финансовой грамотности. «Центр финансовой грамотности» направлен на информирование потребителей о личных финансах, кредитных продуктах, особенностях использования заемных средств в понятной и доступной форме.

Сайт проекта ориентирован на все слои населения, его задача – дать инструменты для эффективного денежного планирования, принятия ответственных финансовых решений, обеспечить финансовую безопасность для любого человека, не обладающего специальным образованием. На сайте можно найти полезные советы для принятия взвешенного решения о выборе и покупке кредита, а также основные механизмы взаимодействия с кредитными организациями.

8).«Проект финансового образования в России «Повышение финансовой грамотности населения с низкими доходами «Планируй свое будущее»

9).Совместный проект Российского Микрофинансового Центра и Микрофинансового Центра (МФЦ) для стран Центральной и Восточной Европы и СНГ. Проект осуществляется при поддержке Фонда Citi и Фонда Клиффорд Чанс. Главная цель проекта – повышение финансовой грамотности и расширение доступа к финансовым услугам семей с низким уровнем доходов. Задача проекта – обучение представителей Партнеров навыкам преподавания курсов финансового образования для семей с низкими доходами. Партнеры отбирались на конкурсной основе среди поставщиков финансовых услуг, тренинговых и консалтинговых компаний, всего прошло обучение навыкам преподавания 65 тренеров из 53 организаций-партнеров. Все организации-партнеры взяли на себя стратегическое обязательство проводить в дальнейшем курсы по повышению финансовой грамотности для людей с небольшими доходами и выделить для этого необходимые ресурсы, время и персонал.

10).«Школа личных финансов для родителей». Данный проект создан частным лицом для помощи родителям в освоении «домашней науки о деньгах», необходимой и самим родителям, и их детям. На сайте проекта простым и доступным образом изложены основополагающие навыки обращения с деньгами, без которых невозможно финансовое процветание.

11).«JA– Больше чем деньги». Данная программа финансовой грамотности для детей и подростков - совместная инициатива HSBC Holdings plc. и международного содружества «Достижения молодых» JA Worldwide. Программа нацелена на то, чтобы доступно и на конкретных примерах рассказать школьникам 7-13 лет о том, как зарабатываются, тратятся и сберегаются деньги. Программа устанавливает связь между деньгами и работой – основным источником дохода большинства людей; учит принимать взвешенные решения о тратах и сбережениях; знакомит с учетом поступлений и расходов; помогает понять важность планирования и личной ответственности за безопасность и благополучие в финансовой сфере.

С 2011 года Министерство финансов России реализует проект "Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и

развитию финансового образования в Российской Федерации". На сегодняшний день в нем участвуют девять регионов России.

В рамках проекта уже проведен ряд мероприятий:

- в период с 9 по 17 марта 2015 года состоялась первая Неделя финансовой грамотности для детей и молодежи. В ней приняли участие более 15 тыс. студентов и школьников из семи регионов страны: Москвы, Республики Татарстан, Красноярского края и т. д. В рамках Недели финансовой грамотности было проведено 300 бесплатных образовательных мероприятий: мастер-классы, деловые игры, экскурсии, тематические праздники, конкурсы и телемосты. К примеру, школьники всей России написали эссе на тему "Зачем мне финансовая грамотность". Реализация следующей Недели финансовой грамотности для детей и молодежи запланирована на следующий год. Не исключено, что мероприятие станет традиционным и будет проводиться ежегодно;

- для последующей работы с населением было привлечено более 150 специалистов финансовых организаций. В настоящее время представители банков, страховых компаний и пенсионных фондов проходят необходимое обучение и в будущем будут проводить бесплатные семинары и лекции по повышению финансовой осведомленности среди россиян. Планируется, что в рамках этих мероприятий их участники научатся управлять личными финансами, создавать пенсионные планы, вести предпринимательскую деятельность и т. п.;

- созданы и прошли апробацию в 15 региональных вузах (в Республике Татарстан, Алтайском крае, Томской области и т. д.) учебные курсы по финансовой грамотности для студентов не экономических специальностей;

- выпущено 30 видов учебных пособий на разные темы: от основ планирования личного и семейного бюджета до защиты прав потребителей финансовых услуг. Подготовленные учебники в скором времени будут распространены в нескольких регионах страны, в том числе в Калининградской

области, Алтайском и Краснодарском краях. Также рассматривается возможность продажи учебных пособий через книжные магазины и Интернет;

- разработаны и прошли тестирование учебные курсы финансовой грамотности для школьников с 1 по 11 класс средней школы

- планируется создание специального сайта, посвященного финансовой грамотности, а также проведение различных обучающих программ на площадках СМИ. Также может быть создан штат специалистов (тьюторов) по повышению финансовой грамотности взрослого населения – предполагается, что процесс обучения будет осуществляться преподавателями прямо на рабочих местах граждан.

В рамках Недели финансовой грамотности многие из учащихся впервые познакомились с такими понятиями, как «финансовое планирование», «личный и семейный бюджет», «сбережения», «финансовая грамотность», «подушка» финансовой безопасности». С помощью преподавателей и специалистов финансовых учреждений школьники и студенты учились планировать свой бюджет и ставить финансовые цели, узнавали о существующих финансовых рисках и о том, как защитить себя от них.

Во многих регионах учащиеся посетили отделения Пенсионного фонда России, налоговые органы, смогли узнать о том, как работают система пенсионного обеспечения, налоговая система и система страхования. Важной частью Недели стало знакомство молодежи с финансовой системой и бюджетной политикой своих регионов. Студенты и школьники побывали в региональных Минфинах и узнали, как формируется бюджет региона. В свою очередь, региональные музеи Банка России провели экскурсии и открытые уроки для школьников.

Целью мероприятий Недели было привлечь внимание молодежи к необходимости задумываться о своих финансовых знаниях и финансовых решениях с юного возраста.

ОПЫТ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Томская область включилась в федеральный проект повышения финансовой грамотности населения с 2010 года. Координировать проект было поручено областному департаменту финансов, а реализация была возложена на вузы области и ГТРК «Томск».

С 2010 года в эфире ГТРК «Томск» на канале «Россия 24» при поддержке Администрации выходит программа «Ваши личные финансы» (для сравнения, в Калининграде при реализации федеральной программы повышения финансовой грамотности больший упор делается на образовании).

В Томской области по состоянию на первое сентября 2010 года общий долг населения перед банками составлял более 90 миллиардов рублей. Таким образом данная программа направлена на минимизацию рисков неплатежей и просрочек через повышать финансовую грамотность. В целом такая ситуация актуальна для большинства стран мира, особенно там, где рыночной экономике всего чуть более двадцати лет. Это страны бывшего Советского Союза и Варшавского договора (в Польше, например, азы финансовой грамотности люди могут почерпнуть из популярных телесериалов).

Международные эксперты также советуют расширять роль СМИ. Акцент, по их мнению, нужно делать на телевидение и интернет. Они максимально охватывают целевую аудиторию - люди старше сорока лет с доходами ниже среднего уровня и молодёжь.

Опыт реализации программ повышения финансовой грамотности на территории Красноярского края

Согласно оценке экспертов и на основании данных Роспотребнадзора Красноярский край является абсолютным рекордсменом в Российской Федерации по количеству жалоб граждан на нарушения прав потребителей в финансовой сфере.

Только за 9 месяцев 2014 года в адрес Управления обратилось 1097 потребителей финансовых услуг. Наибольшее количество обращений от

потребителей поступает на действия кредитных организаций, связанные со взиманием сверх платы за пользование кредитом (банковских процентов) разного рода единовременных/ежемесячных комиссий: за выдачу наличных, за погашение кредита, за предоставление справки о задолженности, за оформление и обслуживание кредитных карт, за расчетное обслуживание. Подавляющую долю таких обращений составляют жалобы на подключение банком заемщиков к программам страхования жизни, здоровья, потери трудоспособности. В некоторых кредитных организациях размер комиссии за подключение заемщика к программе страхования более чем в 30 раз превышает размер страхового взноса.

Немалая часть обращений связана с деятельностью кредитных и некредитных организаций (коллекторских агентств) по взысканию просроченной задолженности противоправными способами. Суть обращений сводится к чрезмерному вниманию со стороны кредиторов к должникам, сопровождающимся различного рода звонками, частыми визитами на дом, с угрозами физической расправой и другими деяниями.

В адрес Управления также поступают обращения связанные с нарушением законодательства о персональных данных, путем распространения информации о заемщике третьим лицам (расклейка объявлений на подъезде жилого дома, в котором проживает заемщик, звонки на работу, соседям, родственникам и т.п.).

В целях оказания потребителям помощи в судебной защите их нарушенных прав в 2014 году специалисты Управления приняли участие в 103 гражданских делах путем дачи заключения в целях защиты прав потребителей, что составляет 60 процентов от общей массы данных заключений. Общая сумма удовлетворенных требований потребителей составила около 4,5 миллионов рублей.

Все эти данные свидетельствуют о том, что трудоспособное население Красноярского края нуждается в повышении финансовой грамотности, а именно в развитии следующих навыков: внимательное чтение договоров, умение рассчитать проценты и ставки, сравнение и выбор наиболее

оптимальных финансовых продуктов, понимание, какая часть месячного личного или семейного бюджета может быть максимальной для погашения кредита и что делать в случае, если доход уменьшится.

Следует отметить, что пути решения проблемы низкого уровня финансовой грамотности населения и в России, и в Красноярском крае находятся под пристальным вниманием государства на протяжении последних пяти лет. При участии государственных структур и финансовых институтов в настоящее время, как в России, так и в Красноярском крае реализуется около 20 программ по обучению финансовой грамотности населения. Тем не менее, проблема остается острой, а вопрос об осведомленности жителей Красноярского края в области финансов остается открытым.

Существующие на сегодняшний день программы повышения финансовой грамотности населения Красноярского края:

1). Красноярское региональное агентство поддержки малого и среднего бизнеса при содействии правительства Красноярского края проводит бесплатные обучающие семинары финансовой грамотности для предпринимателей. Семинары ориентированы на индивидуальных предпринимателей, собственников, руководителей и сотрудников компаний малого и среднего бизнеса. В программе семинара разбираются такие темы, как: основы маркетинга, выбор подходящей системы налогообложения, планирование доходов и расходов, прогноз движения денежных средств, составление отчета о прибылях и убытках, балансовый отчет, составление бизнес-плана, региональное заимствование. Также предпринимателям предоставляется информация о программах государственной поддержки.

2). Неделя финансовой грамотности для детей и школьников впервые прошла в Красноярском крае параллельно с Всероссийской неделей финансовой грамотности в марте 2015. Планируется, что в 2016 году этот проект снова будет реализован на территории страны и Красноярского края.

Немного подробнее о том, какие темы освещаются через семинары, мастер-классы, деловые игры и другие формы в рамках Недели финансовой грамотности:

- кредиты (условия кредитных договоров. Понятие эффективной процентной ставки. Расчет стоимости кредита. Кейс: кредитный калькулятор и сравнение альтернативных способов кредитования. Особенности российского законодательства в сфере кредитования. Ипотечное кредитование и кризис финансовой системы США)

- планирование личного бюджета (понятие финансового планирования. Суть финансового плана. Зачем нужен финансовый план. Классификация финансовых планов (накопительный, инвестиционный, страховой, краткосрочные/долгосрочные). Последовательный процесс составления финансового плана. Сбор информации (анкетирование). Определение и постановка целей. Диагностика (вероятность достижения целей). Корректировка целей с учетом финансовых возможностей, сроков и стоимости целей. Частые ошибки при составлении/ведении финансового плана. Цель (мнимая и реальная). Доход и расходы (ожидаемые и фактические). Влияние дисциплинированности на результат. Неверно выбранные инструменты)

- страхование (перераспределение и диверсификация риска. Основные виды страхования. Параметры страхового продукта: определение страхового случая, цена и выплаты в случае наступления страхового случая. Как страховые компании рассчитывают тариф: брутто-тариф и нетто-тариф. Расчет нетто-тарифа на основе вероятности наступления страхового случая. Разбор кейса с расчетом страхового тарифа. Асимметричная информация в страховании: неблагоприятный отбор и оппортунистическое поведение («моральный риск»).

- основные принципы инвестирования (инвестиции и риск. Понятие «риск/доходность» в инвестировании. Основные инвестиционные инструменты и иные возможности приумножения капитала (ПИФы, ОМС, инвестиции в недвижимость). Принцип работы инструментов. Плюсы и минусы

инструментов. Алгоритм выбора подходящего финансовый инструмента. Финансовые пирамиды)

- платежные инструменты (платежные карты. Мошенничество и обеспечение безопасности при использовании платежных карт. Электронные деньги и мобильные платежи. Особенности российского законодательства в сфере электронных платежей)

- небанковские инструменты инвестирования (акции. Облигации. Паевые инвестиционные фонды. Недвижимость. Драгоценные металлы. Производные инструменты. Баланс риск-доходность. Ликвидность. Тренинг: выбор оптимального инструмента инвестирования в зависимости от цели)

- поведенческие финансы (рациональные и иррациональные аспекты принятия решений. Наиболее типичные отклонения от рационального поведения: эффекты фрейминга, чрезмерная самоуверенность, влияние посторонней информации и др. Где нас поджидают поведенческие ловушки и что можно сделать, чтобы их избежать? Что нужно знать о поведенческих финансах?)

На наш взгляд, существующих программ более, чем недостаточно, чтобы разрешать проблемы низкого уровня финансовой грамотности, вызванные увеличением объема финансовых инструментов.

Таким образом, анализируя опыт создания целевых программ по повышению финансовой грамотности, принципы их построения, можно сделать следующий вывод: все программные задачи, мероприятия и ожидаемые результаты реализации мероприятий описываются в нескольких направлениях деятельности, такие как, например: нормативное, образовательное, кадровое, медийное и пр. Далее в своей работе мы будем использовать тот же принцип - описывать научно-методические основы формирования программы повышения финансовой грамотности, исходя из 3 направлений: нормативного, образовательного и медийного.

3.2. Научно-методические основы формирования программы повышения финансовой грамотности населения.

Опираясь на опыт создания целевых программ, опыт создания и реализации программ повышения финансовой грамотности, мы можем выделить следующие научно-методические основы программы:

1. определение целей;
2. формирование задач;
3. определение целевых групп;
4. определение программных мероприятий
5. определение необходимых ресурсов (кадровое и финансовое обеспечение)
6. определение методик измерения полученных результатов
7. описание результатов мониторинга реализации программных мероприятий;
8. информационное обеспечение реализации программных мероприятий и полученных результатов

Далее мы подробнее рассмотрим каждый элемент программы.

1. Определение целей (или цели) - данный элемент программы включает в себя описание ожидаемого конечного результата реализации программы или того, какой эффект предполагается получить в ходе реализации программы. Применительно к программе повышения финансовой грамотности это могут быть цели повышения финансовой грамотности какой-то конкретной категории населения, повышение финансовой грамотности населения в определенные сроки, при реализации той или иной программы мероприятий и пр.

2. формирование задач - один из наиболее важных элементов программы описывает то, каким образом предполагается достичь ожидаемого эффекта, результата программы, через какие направления деятельности. При формировании задач мы описываем алгоритм действий, их последовательность, которая предположительно должна привести к получению ожидаемого результата.

3. определение целевых групп будет исходить из, какие цели мы заложили при создании проекта. Далее на этом этапе целевая группа конкретизируется (на кого конкретно рассчитан проект - возраст, социальный статус, образование, пол, уровень доходов, пользователи тех или иных финансовых услуг и пр.)

4. определение программных мероприятий - наиболее трудоемкий процесс, описывающий конкретную деятельность со всеми ее элементами, конкретные действия, обеспечивающие выполнение поставленных задач. Определение программных мероприятий описывает реальную деятельность проекта, его непосредственную реализацию.

5. определение необходимых ресурсов - это расчетный этап, когда необходимо максимально точно предположить исходя из реальной ситуации, а также прогнозируя ее изменения, какие ресурсы потребуются для реализации проекта. Такими необходимыми ресурсами являются: кадровый ресурс, финансовый ресурс, материально-техническое оснащение, правовая база, ответственные за исполнение и оценку эффективности проекта и пр.

6. определение методик измерения полученных результатов - подбор из существующих методик или разработка собственной методической базы, наиболее точно определяющих, описывающих результативность и эффективность данного проекта. Если для оценки результатов проекта необходимо разработать собственный оценочный инструментарий, тогда расходы на его разработку должны быть заложены на этапе определения необходимых ресурсов.

7. описание результатов мониторинга реализации программных мероприятий. На данном этапе важно определить то, в какой форме будут представлены результаты мониторинга проекта. Несомненно это зависит от того, какие требования в отношении формы предоставления результатов проекта были предъявлены заказчиком проекта. Результаты могут быть представлены в виде отчетов, сравнительных таблиц, диаграмм, докладов, интервью, пояснительных записок и пр.

8. информационное обеспечение реализации программных мероприятий и полученных результатов - этап определения каналов распространения

информации о ходе и результатах реализации проекта. Необходимые ресурсы для реализации этого этапа проекта также следует учитывать при планировании ресурсов.

Общие рекомендации к формированию программы повышения финансовой грамотности

При создании новой программы повышения финансовой грамотности необходимо рассмотреть следующие вопросы:

1). Кто заинтересован в финансовой грамотности населения

Основной заказчик и инициатор Федеральной программы (а, следовательно, заказчиком и инициатором программ, реализуемых на местном уровне, выступают краевые и муниципальные власти). Государство, власть стремятся:

- снизить системные риски перекредитования населения и личные банкротства граждан;
- повысить доверие к национальным финансовым институтам;
- привлечь на фондовый рынок массового инвестора;
- стимулировать личные пенсионные накопления;
- сдерживать перегрев рынка жилой недвижимости;
- стимулировать вывод зарплат из тени и тем самым увеличить налоговые поступления.

Для частных финансовых структур основная задача реализации программ состоит:

- в увеличении клиентской базы банков;
- роста объемов кредитования населения при снижении рисков невозврата кредитов;
- роста интереса к услугам страхования жизни и пенсионного страхования.

В чем при этом интересы государства и бизнеса не совпадают?

- государство заинтересовано в ликбезе для всех категорий граждан, а бизнес ориентируется на работу с финансово активной и платежеспособной аудиторией в крупных городах;

- государство заинтересовано на софинансирование бизнесом государственных просветительских программ общего характера, а бизнес не спешит с этим.

Задача повышения финансовой грамотности, в первую очередь молодежи как поколения, которое будет определять будущее российской экономики и степень цивилизованности финансового рынка, так важна и масштабна, что ее решение возможно только в результате тесного сотрудничества государства с финансовыми и коммерческими институтами, образовательными учреждениями, общественными организациями, каждая из которых могла бы внести определенный вклад в развитие данного процесса в сфере своей компетенции.

У населения две главные причины учиться финансовой грамотности – как минимум - обеспечить свою финансовую безопасность, как максимум - желание повысить уровень жизни.

Начинающие предприниматели заинтересованы в получении первичного опыта в работе с финансами.

2). Какова должна быть целевая аудитория программы повышения финансовой грамотности?

а). к участию в программе необходимо привлекать все население Красноярского края, в том числе такие категории, как школьники и студенты. Практика подтверждает, что представители данной категории граждан активно воспринимают получаемую информацию. Казалось бы, школьникам полученные знания применять будет довольно сложно. Однако работа на перспективу оправдана и полученная на тренингах и семинарах информация в последующем будет успешно использована. Именно молодое поколение способно активно впитывает сегодня все новое с последующим его применением.

б). нельзя исключать и того варианта, что программа эффективно будет работать среди аудитории 25-35 лет, когда молодые люди имеют первоначальные накопления и задумываются о будущем бюджете.

в). наконец, целевую аудиторию можно разделить на разные категории, комплектуя группы по уровню доходов, возрасту, уровню образования, по принципу «городское и сельское население».

Основные инструменты продвижения программы – работа со СМИ, круглые столы, интерактивное общение, организация школьных олимпиад, создание специализированных порталов, а также широкий спектр деловых игр, рассчитанных на различные аудитории. В отдельных случаях возможны персональные консультации, проведение обучающих семинаров и тренингов.

3). Как оценивать эффективность программы по повышению финансовой грамотности?

Эффективность программы необходимо оценивать по набору критериев, учитывая динамику разных показателей:

а). по увеличивающемуся числу клиентов банков, по числу обученных начинающих предпринимателей, по умению граждан рассчитывать свой бюджет, по способности распознать финансовую пирамиду; и ряду формальных критериев: по числу публикаций о программе, проведенных семинаров, созданных сайтов и прочее.

б). один из важнейших результатов – предотвращение ошибок граждан в сфере финансов, их профилактика.

В целом полезная и необходимая работа для общества

Так как на сегодняшний день в крае уже существуют и так или иначе реализуются программы для предпринимателей, будущих собственников бизнеса и программы для школьников и студентов, направленные на формирование навыков финансового поведения в раннем возрасте, люди в возрасте от 22 до 45 лет являются наименее охваченной подобными программами группой населения. При этом население именно этого возраста является наиболее активными потребителями всевозможных финансовых услуг: они уже сейчас либо пользуются существующими финансовыми инструментами и в большинстве своем демонстрируют низкий уровень осведомленности о них, либо вообще не имеют представления о некоторых из них и не пользуются ими совсем. Таким образом, не смотря на важность создания и реализации программ повышения уровня финансовой грамотности,

носящих профилактический характер, нацеленных на будущих потребителей финансовых услуг, мы также видим большую необходимость в обучении взрослого населения, настоящих, сегодняшних потребителей финансовых услуг.

3.3. Проект программных мероприятий по повышению уровня финансовой грамотности населения Красноярского края.

Учитывая опыт реализации программ повышения финансовой грамотности населения нескольких регионов Российской Федерации, а также используя подробное научно-методическое обоснование создания подобных программ, описанное ранее в данной работе, мы разработали проект программных мероприятий (перечень мероприятий) по повышению финансовой грамотности, актуальный и необходимый при создании целевой программы повышения финансовой грамотности населения Красноярского края.

Раздел 1. Общее описание программы

Стратегическая цель программы: содействие развитию разумного финансового поведения жителей Красноярского края путем повышения их финансовой грамотности

Тактические задачи программы:

- 1). разработка нормативных документов, определяющих деятельность муниципальных органов власти, финансовых институтов, образовательных учреждений, коммерческих организаций, некоммерческих структур, средств массовой информации, задействованных в реализации данной программы
- 2). создание кадрового и институционального потенциала в области повышения финансовой грамотности
- 3). организация системы финансового образования и просвещения, способствующей передаче знаний и навыков финансовой грамотности всем категориям населения Красноярского края

Непосредственные результаты реализации программы:

- 1). нормативная база, определяющая деятельность всех участников программы
- 2). база данных кадрового и ресурсного потенциала преподавания вопросов финансовой грамотности населения
- 3). внедрение в образовательные программы курсов повышения финансовой грамотности населения
- 4). система эффективных и доступных информационных ресурсов для повышения уровня финансовой грамотности населения

5).система оценки и мониторинга уровня финансовой грамотности населения

Ожидаемые конечные результаты программы:

1).увеличение доли лиц целевых групп населения, осознавших важность соотношения рисков и выгод при выборе финансовых продуктов

2).увеличение доли пользователей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, начавших изучать условия предоставления потребительских кредитов

3).увеличение доли лиц целевых групп населения, осознавших важность формирования финансовой «подушки безопасности» на случай непредвиденных жизненных ситуаций

4).увеличение доли лиц целевых групп населения, начавших разбираться в основах системы пенсионного обеспечения

5).увеличение доли лиц из числа взрослого населения, уверенных в возможности быстрого и справедливого разрешения споров с финансовыми организациями

6).увеличение доли школьников и студентов, уровень знаний которых по основам финансового рынка и потребительских услуг оценивается на «хорошо» и «отлично»

Целевая аудитория: учащиеся школьного возраста, активные и потенциальные потребители с низким и средним уровнем доходов, предприниматели, представители малого и среднего бизнеса, население старшего возраста

Раздел 2. Описание тактических задач и методов их реализации

Для реализации тактических задач программы нами были разработаны программные мероприятия, соответствующие каждой задаче в отдельности.

Задача №1: Разработка нормативных документов, определяющих деятельность муниципальных органов власти, финансовых институтов, образовательных учреждений, коммерческих организаций, некоммерческих структур, средств массовой информации, задействованных в реализации данной программы

Необходимость повышения доступности финансовых услуг ставит новые задачи перед политиками и органами регулирования, поскольку предлагаемые инновационные технологии обладают значительным потенциалом в области предоставления финансовых услуг малообеспеченным слоям населения и тем, кто не имеет доступа к услугам банков.

Построение финансовой системы для всех групп населения включает в себя решение ряда правовых, организационных и технологических задач. С точки зрения государственных приоритетов именно правовая база является наиболее важным сдерживающим фактором. Можно указать на несколько областей регулирования, имеющих критическое значение:

- Законодательство о противодействии отмыванию преступных доходов и финансированию терроризма;
- Регулирование депозитных, кредитных и платежных операций кредитных организаций, электронных денег, кредитных кооперативов, фондов поддержки предпринимательства, микрофинансовых организаций;
- Регулирование агентских отношений в банковском секторе и на финансовом рынке;
- Регулирование платежных систем;
- Защита персональных данных и банковской тайны;
- Валютное регулирование и валютный контроль;
- Защита прав потребителей;
- Электронная коммерция;
- Регулирование операторов связи;
- Защита конкуренции и предотвращение монопольной деятельности;
- Налогообложение финансовых операций;

- Регулирование прочих финансовых услуг (страхование, лизинг, факторинг и пр.).

Необходимо также выделить задачи “нового поколения” в сфере политики и регулирования, которые влияют на успех и самоокупаемость таких программ, как оказание финансовых услуг малоимущим, не имеющим доступа к традиционным банковским услугам:

- соответствующая правовая база, обеспечивающая выпуск и обращение электронных денег (e-money) и других prepaid (stored-value) инструментов (особенно, если они выпускаются структурами, которые не имеют соответствующей лицензии и не подлежат пруденциальному банковскому надзору);

- эффективная защита потребителей (в различных сферах);

- всеохватывающее регулирование и эффективный надзор за платежной системой по мере расширения масштабов внеофисного банкинга;

- правила, регулирующие конкуренцию среди организаций, предоставляющих услуги (когда учитываются как преимущества для компаний-пионеров, желающих заняться внеофисным банкингом, так и риски, связанные с созданием неприемлемых с точки зрения клиентов монополий, а также обеспечивается функциональная совместимость).

Масштабная программа по совершенствованию регулирования должна быть осуществлена в банковском секторе. По мере развития российского финансового рынка становится все более очевидным, что текущее регулирование отношений в банковском секторе и на финансовом рынке, возникающих из обеспечения исполнения обязательств (залог), применения отдельных институтов гражданского права, внедрения финансовых инноваций, является существенным ограничителем дальнейшего развития рынка и роста

объемов кредитования реального сектора экономики и розничных потребителей, барьером на пути внедрения современных механизмов риск-менеджмента, причиной неконтролируемого увеличения кредитных, процентных и валютных рисков финансовой системы в целом, наконец, фактором, снижающим конкурентоспособность России и национального финансового рынка.

Модернизация отдельных правовых институтов на основе принципов, выработанных на развитых (европейских) финансовых рынках, является насущной задачей российского банковского сектора и рынка капиталов. Несмотря на это задачи по совершенствованию нормативной базы, обозначенные в Стратегии развития банковского сектора до 2008 г.[6], остаются в целом не реализованными.

Одним из таких документов является разработка законодательства в сфере потребительского кредитования. Специальный закон наряду с заемщиком-потребителем должен предусмотреть дополнительные меры по обеспечению прав кредиторов. В нем следует ввести понятия эффективного годового процента, кредитной карты, коллекторской деятельности, определяется порядок предоставления информации и работы с проблемной задолженностью. Закон должен расширить права заемщика на получение информации о стоимости кредитной услуги, а также устанавливает условия возможного отказа заемщика от кредита (withdraw) и право на досрочное погашение кредита (prepayment).

Важным представляется вопрос о распространении (или нераспространении) положений о потребительском кредите на отношения, возникающие при микрокредитовании. При этом возникает проблема законодательного отграничения микрокредита и МФО от прочих видов кредита и кредиторов. Эта трудность автоматически снимается лишь в том случае, если законодатель принимает решение о том, что сфера действия закона о потребительском кредите ограничивается банковским сектором (соответственно, кредитными договорами).

Целесообразно разрешить розничным точкам небанковских организаций выступать агентами кредитных организаций при наличии четких ограничения в отношении круга допустимых агентов и типов разрешенных правоотношений. Первым шагом основной формы внеофисного банкинга должно стать прояснение прав и обязанностей розничных пунктов небанковских организаций при приеме и выдаче наличных и других обязанностей по договору с клиентами, которые определяют характеристики этого подхода к предоставлению финансовых услуг. Возможно, начать с максимально узкого перечня допустимых агентов и разрешенных услуг будет удобнее, однако последствия такого решения могут оказать замедляющее воздействие, особенно, если не существует адекватных стимулов для участия потенциальных агентов. Чрезмерно подробные нормативные предписания, касающиеся договорных отношений, разрешенных агентам, могут также ограничить потенциал агентов и поставщиков финансовых услуг.

Задача №2: Создание кадрового и институционального потенциала в области повышения финансовой грамотности

Анализируя потенциал кадрового обеспечения реализации программы повышения финансовой грамотности населения в Красноярском крае следует отметить, что на территории края существуют 47 высших учебных заведений и 61 факультет и кафедра осуществляют подготовку специалистов по направлению Экономика и управление.

Красноярское региональное агентство поддержки малого и среднего бизнеса при содействии правительства Красноярского края проводит бесплатные обучающие семинары финансовой грамотности для предпринимателей.

Задача №3: Организация системы финансового образования и просвещения, способствующей передаче знаний и навыков финансовой грамотности всем категориям населения Красноярского края

Программные мероприятия.

1). «Повышение финансовой грамотности на рабочем месте»

Форма проведения: 1-1,5 часовые семинары, проходящие раз в 1 неделю/месяц во время педагогических советов, планерок, летучек, совещаний, организационных собраний коллектива и пр.

Кто проводит: свои сотрудники, прошедшие обучение на курсах подготовки специалистов по внедрению финансовой грамотности. Эти люди — волонтеры, добровольно прошедшие курсы подготовки. Наличие свидетельства о прохождении таких курсов обеспечивает приоритет при приеме на работу (или премируется за счет внутренних средств организации)

Основные темы программы:

- **КРЕДИТЫ:** Условия кредитных договоров. Понятие эффективной процентной ставки. Расчет стоимости кредита. Кейс: кредитный калькулятор и сравнение альтернативных способов кредитования.

- **ПЛАНИРОВАНИЕ ЛИЧНОГО БЮДЖЕТА:** Понятие финансового планирования. Суть финансового плана. Зачем нужен финансовый план. Классификация финансовых планов (накопительный, инвестиционный, страховой, краткосрочные/долгосрочные). Последовательный процесс составления финансового плана. Сбор информации (анкетирование). Определение и постановка целей. Диагностика (вероятность достижения целей). Корректировка целей с учетом финансовых возможностей, сроков и стоимости целей. Частые ошибки при составлении/ведении финансового плана. Цель (мнимая и реальная). Доход и расходы (ожидаемые и фактические). Влияние дисциплинированности на результат. Неверно выбранные инструменты.

- **СТРАХОВАНИЕ:** Перераспределение и диверсификация риска. Основные виды страхования. Параметры страхового продукта: определение страхового случая, цена и выплаты в случае наступления страхового случая. Как страховые компании рассчитывают тариф: брутто-тариф и нетто-тариф. Расчет нетто-тарифа на основе вероятности наступления страхового случая. Разбор кейса с расчетом страхового тарифа.

- **ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ:** Инвестиции и риск. Понятие «риск/доходность» в инвестировании. Основные инвестиционные инструменты и иные возможности приумножения капитала (ПИФы, ОМС, инвестиции в недвижимость). Принцип работы инструментов. Плюсы и минусы инструментов. Алгоритм выбора подходящего финансового инструмента. Финансовые пирамиды.

- **ПЛАТЕЖНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ:** Платежные карты. Мошенничество и обеспечение безопасности при использовании платежных карт. Электронные деньги и мобильные платежи. Особенности российского законодательства в сфере электронных платежей.

- **НЕБАНКОВСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ:** Акции. Облигации. Паевые инвестиционные фонды. Недвижимость. Драгоценные металлы. Производные инструменты. Баланс риск-доходность. Ликвидность. Тренинг: выбор оптимального инструмента инвестирования в зависимости от цели.

- **ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФИНАНСЫ:** Рациональные и иррациональные аспекты принятия решений. Наиболее типичные отклонения от рационального поведения: эффекты фрейминга, чрезмерная самоуверенность, влияние посторонней информации и др. Где нас поджидают поведенческие ловушки и что можно сделать, чтобы их избежать? Что нужно знать о поведенческих финансах?

Необходимые ресурсы:

1). наличие в городе/регионе функционирующих центров подготовки специалистов по проведению семинаров «Повышение финансовой грамотности на рабочем месте»

2). популяризация курсов по подготовке специалистов по проведению семинаров «Повышение финансовой грамотности на рабочем месте» в СМИ, через информационные каналы ВУЗов и проф. комитеты (союзы) на предприятиях

3).разработанная система стимулирования (материального и нематериального) организаций и предприятий, участвующих в программе «Повышение финансовой грамотности на рабочем месте»

4).разработанная система стимулирования (материального и нематериального) организаций и предприятий, осуществляющих приоритетный прием на работу специалистов с сертификатами о прохождении курсов подготовки к проведению семинаров «Повышение финансовой грамотности на рабочем месте»

2). Проведение Экспресс-курсов (бесплатных) по повышению грамотности

для всех желающих на базе пенсионного фонда, налоговой инспекции, банков, общества по защите прав потребителей. Семинары должны быть посвящены ознакомлению с конкретными финансовыми продуктами, как ими пользоваться, какие существуют каналы их предоставления данными организациями, риски и выгоды от использования данных продуктов и пр.

3). Организация и проведение Недели финансовой грамотности для взрослого населения,

в рамках которой проводятся бесплатные тематические семинары, дни открытых дверей на базе пенсионного фонда, налоговой инспекции, банков, общества по защите прав потребителей и пр., а также тематические брейн-ринги, соревнования среди сотрудников предприятий и организаций. Мероприятия недели финансовой грамотности должны быть широко освещены в местных СМИ. Также на местных телеканалах должны выйти передачи, круглые столы, дискуссии, дебаты, познавательные программы, направление на повышение финансовой грамотности населения

4). Открытие информационного портала при Министерстве финансов Красноярского края,

посвященного существующим финансовым продуктам, описанного доступным языком, с пошаговыми инструкциями, как пользоваться тем или иным продуктом, с возможностью интерактивного общения со специалистом в области финансов.

5). Разработка и проведение ежегодного мониторинга

уровня финансовой грамотности населения края с целью отслеживания эффективности реализуемых программ по повышению финансовой грамотности.

Заключение.

В современной ситуации развития экономики, ситуации появления все новых видов финансовых продуктов и услуг, когда потребителю уже нет необходимости самому искать такие услуги, когда финансовые организации, оказывающие находятся в ситуации постоянной конкурентной борьбы за потребителей и порой используют в этой борьбе не самые честные методы, не всегда предоставляют объективную и полную информацию о продукте, населению - основным потребителям - просто необходимо иметь определенные знания и навыки из области финансовой грамотности, чтобы не быть обманутыми, чтобы быть способными планировать личный бюджет, финансовое будущее семьи, минимизируя финансовые риски. В связи с этим на территории Российской Федерации был разработан ряд законопроектов, предусматривающих возможность создания образовательных, просветительских программ в области повышения финансовой грамотности населения. Предполагалось, что субъекты Федерации на основании федеральных законов и программ разработают целевые программы повышения финансовой грамотности населения, адаптированные под условия каждого конкретного региона. На территории Красноярского края пока такой программы нет. В связи с такой проблемой и возникла данная работа. По итогу нами были разработаны научно-методические основы создания программ повышения финансовой грамотности, а также перечень программных мероприятий по повышению финансовой грамотности населения Красноярского края. Данная работа подготовила необходимый материал для создания целевой программы повышения финансовой грамотности населения на территории Красноярского края.

Список используемых источников

1. Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy <http://www.oecd.org/dataoecd/44/53/49319977.pdf> - определение финансовой грамотности
2. О.Е.Кузина, Д.Х.Ибрагимова Проблемы измерения и пути повышения финансовой грамотности населения России No4(88),октябрь—декабрь2008. Мониторинг общественного мнения (журнал)
3. Повышение уровня финансовой грамотности - накопление в обществе человеческого капитала [Текст] // Экономика мегаполисов и регионов. - 2010. - №3 (33). - С. 12-21
4. Кардашов, В. Повышение финансовой грамотности населения и субъектов предпринимательства как важнейшая составляющая в решении проблемы «токсичных» долгов [Электронный ресурс] / В. Кардашов. - Режим доступа: <http://www.azbukafinansov.ru/files/Kardashov.pdf>
5. Гид по финансовой грамотности [Электронный ресурс] / под ред. М.В. Мамута. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/mr/education/finance.htm>
6. Заявление Правительства РФ от 5 апреля 2005 года No 983п-П13.
7. Зеленцова, А.В. Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и практика [Текст] / А.В. Зеленцова, Е.А. Блискавка, Д.Н. Демидов - М.: ЦИПСИР, КНОРУС, 2012. - С. 31-112.
8. Кузина, О.Е. Оценка уровня финансовой грамотности населения РФ [Электронный ресурс] / О.Е. Кузина // Экспертное интернет-телевидение «Финансовое образование РФ» - Режим доступа: http://финансовое-образование.рф/тв-каналы/личные_финансы
9. Кузина, О.Е. Финансовая грамотность россиян (динамика и перспективы) [Текст] / О.Е. Кузина // Деньги и кредит. - 2012. - №1. - С. 68-72
10. Критерии финансовой грамотности населения и пути ее повышения: отчет по результатам исследования [Электронный ресурс] / Национальное агентство финансовых исследований - Режим доступа: moneybasics.ru/files/doc/criteria_fin_literacy.doc

11. Кардашов, В. Повышение финансовой грамотности населения и субъектов предпринимательства как важнейшая составляющая в решении проблемы «токсичных» долгов [Электронный ресурс] / В. Кардашов. - Режим доступа: <http://www.azbukafinansov.ru/files/Kardashov.pdf>
12. Министерство финансов Российской Федерации. Открытое Министерство [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://minfin.ru/ru/om/>
13. Национальное агентство финансовых исследований [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://nacfin.ru/>
14. НАФИ. Критерии финансовой грамотности населения и пути ее повышения. Отче по результатам исследования. М., 2008. Результаты социологического исследования НАФИ (по заказы Всемирного банка), 2008 г.
15. Результаты всероссийского исследования, проведенного «Демоскопом» осенью 2012 года по заказу Минфина. Выборка - 6000 населения. Инструментарий - методика исследования Всемирного банка и ОЭСР.
16. Стратегия развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 29 декабря 2008 г. №2043-р
17. Проект Минфин РФ: содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации.
18. «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг». Федеральный закон от 23 июня 1999 г. № 117-ФЗ
19. Бобров Е.А. Роль и место рынка финансовых услуг в структуре финансового рынка [Текст] // Экономический факультет - Киев, 2009
20. Головин М.Ю. Банковские системы в переходных экономиках [Текст] // Мировая экономика и международные отношения, 2003, № 2, С. 15-25
21. Доронин И. Мировой финансовый рынок на пороге XXI века [Текст] // Мировая экономика и международные отношения. - 2000г. - №8 - С. 33-40.
22. Ковалев В.В. Финансы. М:Проспект. - 2009 г. - С.51

23. Котляров М.А. Регулирование деятельности микрофинансовых организаций на российском рынке [Текст] // Финансы и кредит. - 2009г. - №35 - С. 10-12
24. Нестеренко А. Н. Экономика и институциональная теория. М.: Эдиториал УРСС, 2009
25. Подкатива Е.Б. Рынок финансовых услуг и его место в структуре финансового рынка [Текст] // Нефтегазовое дело - Уфа: Изд-во УНТУ, 2010 - С. 17-29
26. Балабанов А.И., Балабанов И.Т. Финансы. СПб: Изд. Дом «Питер», 2002. 337 с.
27. Желтоносов В.М., Мартыненко П.Г. Филатова В.В. Создание модели инфраструктурного единства и устойчивого функционирования субъектов рынка финансовых услуг: Отчёт о научно-исследовательской работе. Краснодар: КубГУ, 2003. 15 с.
28. Курс экономической теории / Под ред. А.И. Добрынина, Л.С. Тарасевич. СПб.: СПбУЭФ, 1996. 456 с.
29. Кэмпбелл К Д., Долан Э. Дж. Деньги, банковское дело и кредитно-денежная политика: Пер. с англ. Л.: Профико, 1991. 488 с.
30. Макроэкономика: Учебник / Под ред. Л.С. Тарасевич. СПб.: Экон. шк., 1994. 398 с.
31. Михайлова Е.В. Финансовый рынок в Российской Федерации. СПб.: Ун-т экономики и финансов, 1992. 176 с.
32. Михайлушкин А.И., Шимко ПД. Основы рыночной экономики. СПб.: Петро-пресс, 1996. 251 с.
33. Робинсон М. Стратегические вопросы микрофинансирования. М., 1998. 137 с.
34. Рыночная экономика: Словарь. М.: Республика, 1994. 461 с.
35. Сабанти Б.М. Теория финансов: Учеб. пособие. М.: Менеджер, 2000. 395 с.
36. Финансы: Учеб. пособие / Под ред. А.М. Ковалёвой. М.: Финансы и статистика, 1989. 384 с.

37. Экономическая теория (политэкономия): Учебник / Под ред. В.И. Видяпина, Г.П. Журавлёвой. М.: ИНФРА, 1997. 654 с.
38. Воеводская Н. Проблемы эволюции финансового рынка // Экономист. 2003. № 8. С.47-52.
39. Горбунов Э. Об условиях развития малого и среднего бизнес // Экономист. 1992. № 1. С.87-91.
40. Григорьев Л., Гурвич Е., Саватюгин А. Финансовая система и экономическое развитие // МЭ и МО. 2003. № 7. С.62-75.
41. Евстигнеев В.Р. Финансовая глобализация явление и методологический инструмент // Мировая экономика и международные отношения. 2001. № 3. С.73-78.
42. Маевский В. Макроэкономические проблемы развития России // Экономист. 2004. № 4. С.7-12.
43. Исследование. Финансовая активность россиян // Динамика финансовой активности населения России в 2000-2008 гг. : аналит. докл. : подготовлен в рамках сотрудничества Исслед. группы ЦИРКОН и Гос. ун-та - Высш. шк. экономики. - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.personalmoney.ru/>
44. Концепция Национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации. - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.misbfm.ru/>
45. Олейник, О. С. Анатомия семейных финансов / О. С. Олейник, Г. Н. Еремина. - Волгоград : Вол-гоградстат, 2011. - 15 с.
46. Отчет НИР по методологической разработке индикаторов финансовой грамотности населения / Фонд «Ин-т экон. и соц. исслед.». - Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2011. - 71 с.
47. Оценка уровня финансовой грамотности студентов российских вузов : отчет по результатам исследования / Нац. Агентство фин. исслед. - М. : ЦФТ, 2009. - 55 с. - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: http://www.paysyscenter.ru/php_shop/
48. Архипов А.Ю., Шихирев В.В., Денисов Г.М. и др., Рынок ценных бумаг. - Феникс, 2005.

49. Абрамов А.Е. Инвестиционные фонды: доходность и риски, стратегии управления портфелем, объекты. - М.: Альпина - Паблишер, 2005.
50. Батяева Т.А., Столяров И.И. Рынок ценных бумаг. - ИНФРА-М, 2008.
51. Винокуров Е. Ф. и др. Трудные задачи по экономике. - М.: ВИТА-ПРЕСС, 2001
52. Макроэкономика. Теория и российская практика: учебник /под ред. А.Г. Грязновой и Н.Н.Думной. - М.: КНОРУС, 2007.
53. Савенок В.С. Как составить личный финансовый план. Путь к финансовой независимости: [http:// prodazhy.ru](http://prodazhy.ru)
54. Савицкая Е. В., Серегина С. Ф. Уроки экономики в школе. Кн. 2. - М.: ВИТА-ПРЕСС, 2000-2008
55. Симоненко В. Д., Степченко Т. А. Основы потребительской культуры: Учебн. пособие. - М.: ВИТА-ПРЕСС, 2004-2008
56. Финансовое право для экономических специальностей: учебник для вузов/Артемов Н.М., Ашмарин Е.М.и др. под.ред. Шохина С.О.; Финансовая академия при Правительстве РФ – изд. 2- у, стер. – М: Кнорус, 2007
57. Финансы и кредит 2005г., Феникс, 441 с./ Ковалев А.П., Е. Б. Колбачев, А. Л. Кочергин и др.